

ANALISIS PROSES PRODUKSI PROGRAM DIALOG INTERAKTIF NUMPANG NAMPANG RRI PRO 2 PALEMBANG

¹Arif Ardiansyah, ²Kgs Muhammad Irpan

¹ Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Stisipol Candradimuka,

² Program Studi Ilmu Komunikasi, Stisipol Candradimuka

*Email: arifardiansyah@stisipolcandradimuka.ac.id

ABSTRAK

RRI Pro 2 Palembang adalah bagian dari RRI dengan program musik dan hiburan yang ditujukan bagi pendengar kaum muda. RRI PRO 2 Palembang juga dikenal sebagai wadah para anak muda yang memiliki karya dan bakat dibidang musik maupun seni. Melalui sebuah program siaran dan melihat banyaknya narasumber yang ada, dijadikan sebagai komoditas yang mempunyai nilai tukar dipasar. Melihat persoalan tersebut maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah: Pertama masih minimnya program acara dialog seperti Numpang Numpang di kota Palembang. Kedua, masih kurangnya minat masyarakat mendengar acara Numpang Numpang. Ketiga, bagaimana strukturasi pada program siaran Numpang Numpang. Penelitian ini dilakukan melalui pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian yang menggunakan paradigma kritis. Sumber data yang diperoleh adalah dari wawancara mendalam serta stadi dokumentasi. Selain itu, data yang diperoleh juga data resmi dari pihak RRI Pro 2 Palembang, buku, jurnal, artikel dan hasil penelitian yang sudah ada sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini. Terdapat tiga *entry concept* dalam teori ini, yaitu komodifikasi, spasialisasi dan strukturasi. jika dilihat dari komodifikasi, spasialisasi dan strukturasi, dilakukan karena adanya kepentingan lembaga dan juga bisnis didalamnya, dimana RRI Pro 2 Palembang memaksimalkan kekuatan media yang dimiliki, demi menghasilkan keuntungan yang lebih lagi.

Kata Kunci: Produksi Program, RRI Pro 2 Palembang

ABSTRACT

RRI Pro 2 Palembang is part of RRI with music and entertainment programs aimed at young listeners. RRI PRO 2 Palembang is also known as a place for young children who have works and talents in music and art. Through a broadcast program and seeing the number of sources available, it is used as a commodity that has an exchange rate in the market. Seeing these problems, the formulation of the problem in this study is: First, there is still a lack of dialogue programs such as Numpang Numpang in the city of Palembang. Second, there is still a lack of public interest in hearing about the Numpang Numpang event. Third, how is the structuring of the Numpang Numpang broadcast program. This research was conducted through a qualitative approach with a type of research that uses a critical paradigm. Sources of data obtained are from in-depth interviews and documentation stadia. In addition, the data obtained was also official data from RRI Pro 2 Palembang, books, journals, articles and the results of pre-existing research

that were relevant to this research. There are three entry concepts in this theory, namely commodification, spatialization and structuration. when viewed from commodification, spatialization and structuration, it is done because of the institutional and business interests in it, where RRI Pro 2 Palembang maximizes the power of the media it has, in order to generate even more profits.

Keywords: Program Production, RRI Pro 2 Palembang

PENDAHULUAN

Seiring semakin terbukanya iklim ekonomi dan politik, acara *talkshow* saat ini sangat penting dilakukan sebuah radio sebagai stasiun *image* yang diingat oleh pendengar. Jadi *talkshow* atau obrolan santai dengan membahas informasi yang sedang viral. kesadaran kritis dikalangan pendengar sehingga berita dan *talkshow* menjadi salah satu kebutuhan banyak media massa yang bermunculan saat ini baik media cetak maupun media elektronik. Media elektronik adalah keseluruhan sistem gelombang suara yang dipancarkan dari sebuah stasiun dan kemudian diterima oleh berbagai pesawat penerima. Bukan hanya fisiknya saja melainkan antara bentuk fisik dengan kegiatan radio adalah saling berhubungan dan tidak dapat dipisahkan satu persatu. Penyampaian pesan melalui siaran radio dilakukan dengan menggunakan bahasa lisan adapun lambing-lambang *non verbal* yang dipergunakan, jumlahnya sangatlah *minim*. *Industry* yang lain, Setiap berita radio harus selalu berpedoman pada *standart opening operator* dan dengan mudahan penerimaan tanpa memerlukan keahlian khusus. Setiap perencanaan berita radio harus selalu berpedoman pada *Standar Operasional Procedure* (SOP).

Produksi siaran adalah suatu proses pengiriman sinyal ke berbagai lokasi secara bersamaan, proses ini bisa melalui satelit, radio, televisi, komunikasi data, pada jaringan dan lainnya. Sementara Dialog *interaktif* adalah suatu obrolan yang dilakukan oleh dua atau lebih dengan narasumber di televisi atau radio dan sebagainya dengan permirsa atau pendengar tentang sesuatu hal atau peristiwa yang layak diperbincangkan. Numpang Numpang adalah program acara dialog *interaktif* berbagi pengalaman dan kemampuan anak muda yang berprestasi dan berbakat di bidangnya yang berasal dari nasasumber yang dapat menginspirasi anak-anak muda di Indonesia khususnya di kota Palembang dan Sumatera Selatan untuk bisa berprestasi seperti mereka dalam hal olahraga, musik, seni, dan lainnya.

Media penyiaran tidak akan berfungsi apa-apa jika tanpa tersedianya produksi program yang dirancang atau diproses dengan baik dan apik serta dipegang oleh orang-orang yang handal di bidangnya. Program produksi bisa di produksi sendiri, tapi bisa pula dibeli kepada pihak lain. Umumnya radio biasanya akan membuat sendiri program siarannya. Hal ini jarang sekali dilakukan sebuah radio penyiaran membeli program kepada pihak lain. Kecuali jika program siaran tersebut memiliki nilai jual yang tinggi. Program acara yang menarik dapat berdampak dalam masyarakat sehingga dapat membentuk *Station Image* bagi pendengar. Sebagai *audience* kita hanya menikmati disetiap program acaranya saja. Tetapi kita tidak mengetahui bagaimana proses produksi program yang akan dibangun sehingga mampu bersaing dengan pesaing dari media penyiaran lainnya. Selain kendala dari *ekternal*, tapi terkadang juga kendala bisa juga datang dari dalam atau *internal*, biasanya kendalanya yang sering terjadi adalah kurangnya SDM (sumber daya manusia) meliputi *reporter* dan *operator* sehingga mengakibatkan kinerja terhambat, kurang lancarnya komunikasi, konsep acara yang disuguhkan tidak sesuai dengan

audience, biaya yang disediakan tidak sesuai dengan program acara siaran dan tidak *efisiennya* waktu siaran yang ada.

Radio Republik Indonesia (RRI) merupakan penyiaran *public* milik bangsa Indonesia telah memenuhi syarat sebagai radio yang memiliki *standar operasional produksi* (SOP) hingga saat ini Tahun 2021 Radio Republik Indonesia (RRI) telah memiliki kekuatan 99 stasiun penyiaran yang terdiri dari 1 sakter tipe A, 30 sakter tipe B, 34 sakter tipe C, pusat pemberitaan (puspem) dan siaran luar Negeri (SLN) serta 32 stasion produksi. Dengan prinsipnya RRI adalah lembaga penyiaran untuk semua warga Negara. Siarannya harus dapat menjangkau seluruh wilayah Negara Indonesia. Fungsi Radio Republik Indonesia (RRI) sebagai lembaga *public* yang *independen*, netral dan tidak komersial yang berfungsi memberikan pelayanan siaran informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, *control social*, serta menjaga citra *positif* bangsa di mata dunia *internasional*. Terdapat 4 program siaran antara lain : PRO 1 yang lebih menonjolkan (Ragam Musik dan Informasi), PRO 2 dengan menonjolkan (Gaya Hidup), PRO 3 dengan menonjolkan (Jaringan Berita Nasional) dan PRO 4 dengan menonjolkan (Pendidikan dan Budaya). Program PRO 1 Palembang dengan *Frekuensi* 94,2 Mhz-AM 1287 khz dengan *coverage* area Sekayu, Lubuk Linggau, Pagar Alam, Baturaja, Muara Enim dan Prabumulih. Dengan acara unggulan: Lintas Palembang Pagi, PRO Dangdut.

Program PRO 2 Palembang dengan *Frekuensi* 91,6 Mhz dengan jangkauan wilayah yaitu Palembang, Sekayu, Lubuk Linggau, Pagar Alam, Baturaja, Muara Enim, dan Prabumulih. Dengan *segmentasi* pendengar dari laki-laki dan perempuan usia 20 sampai dengan 45 tahun, latar belakang pendidikan SLTA ke atas dan tingkat *social* ekonomi menengah keatas. Komposisi *music* pada PRO 2 yaitu; pop kreatif, *jazz*, *slaw rock* Indonesia dan mancanegara. Dengan acara unggulan; Numpang Nampang, guru keliling.

Program PRO 3 pada *Frekuensi* 93,7 Mhz, pada program 3 ini khusus RRI Palembang ikut bergabung dengan RRI pusat di Jakarta untuk mengikuti Berita Jaringan Nasional. Program PRO 4 pada *Frekuensi* 88,4 Mhz dengan *coverage* area Palembang, sekayu, Lubuk LInggau, Pagar Alam, baturaja, Muara Enim, dan Prabumulih. Komposisi *music*, terdiri dari Indonesia, etnis (lagu daerah) dan manca negara. Dengan acara unggulan : lenggang Palembang, gayung bersambut. Selain itu RRI Palembang juga bisa didengar melalui *online* atau *streaming* di www.rripalembang.com, bisa di RRI *playgo*, *chanel* 5, RRI 30 detik semua aplikasi tersebut bisa kalian *download* di *play store* di *hand phone* (hp) kamu. Banyak masyarakat beranggapan bahwa radio sebagai media lama yang akan di telan zaman, namun pada nyatanya hingga kini radio masih tetap eksis di era internet dan sosial media. Berikut ada beberapa alasan

1. Informasi selalu ter *update*.
2. *Playlist* yang tidak membosankan.
3. Penyiarannya yang bikin hari kamu makin ceria.
4. *Topic* yang dibahas selalu menarik dan *relate* dengan kehidupan.
5. Bisa *request* lagu dan kirim salam.

Radio tidak akan mati karena radio akan tetap memiliki penggemar tersendiri hingga saat ini, karena sifatnya yang *auditif* akan membangkitkan *imajinasi* dipikiran para pendengar, hal itu lah yang tidak dimiliki atau akan tergantikan dengan media *visual*. Beberapa orang masih akan mendengarkan radio karena penyiar yang bisa menjadi teman, lucu, segar dan terdengar pintar. Ada juga yang mendengarkan radio karena lagu-lagu yang dapat menghanyutkan perasaannya, membangkitkan kenangannya, lagu dapat mengubah *mood* seseorang atau pendengarnya. Kendala

ekternal lainnya juga berasal dari luar yang meliputi masyarakat yang sudah sangat bergantung kepada media elektronik seperti televisi dan media sosial lainnya yang sedang di gemari oleh masyarakat saat ini sehingga radio diabaikan dan kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya radio. Walaupun sebenarnya radio adalah media massa elektronik yang ringan, mudah dibawa, mudah dinikmati dimanapun, kapanpun juga bisa didengar walau sedang melakukan aktifitas seperti bekerja, olahraga, menyetir mobil dan lainnya yang tidak memerlukan banyak konsentrasi karena radio merupakan media yang hanya untuk didengar. Secara umum, suatu komunikasi dilakukan untuk menyampaikan informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*) menghibur (*to entertainer*) dan untuk mempengaruhi (*to influence*). Disamping itu komunikasi juga bertujuan membuat komunikasi menunjukkan perubahan sikap (*attitude change*), perubahan pendapat (*opinion change*) perubahan perilaku (*behavior change*), dan perubahan social / partisipasi sosial (*social change*). Komponen dan unsur komunikasi:

1. Komunikator adalah individu, lembaga, redaktur, kelompok, dan sebagainya yang menyampaikan atau mengirim pesan kepada komunikan
2. Pesan dibagi menjadi dua yakni Verbal (lisan, tulisan) dan Non Verbal (isyarat, gambar, simbol, dll)
3. Saluran atau *channel* adalah melalui apa pesan tersebut disampaikan di komunikasikan.
4. Komunikan adalah individu, lembaga, kelompok, masyarakat, dan sebagainya yang berlaku sebagai pihak yang menerima pesan.

Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada *audience* yang luas dan *heterogen*. Kelebihan media massa dibandingkan dengan jenis komunikasi lain adalah media massa bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. (Nurudin, 2009: 9).

Selain itu media massa juga dapat digunakan untuk mengarahkan atau mengendalikan perilaku konsumen dan perilaku politik dalam jumlah yang besar, Di samping itu, media massa juga merupakan sumber kekuatan atau alat *control*, manajemen dan *inovasi* dalam masyarakat yang dapat di daya gunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya (Nurudin,2009;34). Media massa adalah alat yang digunakan dalam menyampaikan pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, televisi dan radio (Cangara,2006:122). Radio H.A Widjaja (2000:36) radio adalah keseluruhan system gelombang suara yang dipancarkan dari stasiun pemancar dan diterima oleh pesawat penerima di rumah, dimobil, dan lain-lain dan dilepas dimana saja. Radio juga sebagai salah satu media komunikasi yang merupakan unsur dari proses komunikasi, dalam hal ini sebagai media massa, radio mempunyai sifat yang khas yang dapat menjadi kelebihan dan keunggulan dalam menyampaikan pesan kepada khalayak sehingga tidak menuntut khalayak untuk mempunyai kemampuan membaca, tidak menuntut kemampuan melihat, melainkan hanya kemampuan untuk mendengarkan.

Numpang Numpang adalah program acara dialog interaktif berbagi pengalaman dan kemampuan anak muda yang berprestasi dan berbakat di bidangnya yang berasal dari nasasumber yang dapat menginspirasi anak-anak muda di Indonesia khususnya di kota Palembang dan Sumatera selatan untuk bisa berprestasi seperti mereka dalam hal olahraga, musik, seni, dan lainnya.

Ide pencetus ini bermula pada tahun 2018 saat Herman Zuhdi yang merupakan salah satu pegawai RRI melihat banyak sekali anak-anak berprestasi saat ini dan ia berpikir bagaimana jika

anak-anak tersebut memiliki wadah untuk mereka berbagi pengalaman. Akhirnya Herman Zuhdi berpikir kenapa tidak diberikan wadah bagi mereka untuk menceritakan perjalanan prestasi yang mereka raih atau suka dan duka mereka hingga sampai dipuncak ini. Akhirnya Talkshow Numpang Numpang tersebut diterapkan diseluruh PRO 2 seluruh Indonesia. Sejak 2018 hingga saat ini respon yang diraih oleh Numpang Numpang PRO 2 RRI Palembang mendapatkan apresiasi yang baik dari masyarakat, dengan banyaknya sertifikat yang diberikan kepada Numpang Numpang dari segala kalangan seperti Perguruan Tinggi dan SMA dikota Palembang.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini berbicara mengenai bagaimana cara peneliti melihat dan mempelajari suatu gejala atau realitas sosial. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Menurut (Bungin,2007:68) deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang objek penelitian, dan berupaya menarik realitas itu kepermukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat atau gambaran tentang kondisi atau fenomena tertentu. Peneliti juga menggunakan paradigma penelitian dengan pendekatan kritik sosial yang berfokus pada hubungan antara proses, dinamika industri media, dan konten ideologis media dimana akan terlihat dari hubungan antara media, khalayak dan pengiklan. Penelitian ini dilakukan di Radio Republik Indonesia (RRI) PRO 2 Fm. Jl. Radio No 2 Km 4 Palembang, Sumatera Selatan. Dengan jangka waktu penelitian dilakukan pada bulan Januari sampai dengan selesai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program siaran merupakan suatu yang harus dimiliki oleh sebuah stasion televisi maupun radio, sebagai *image* yang diingat oleh pendengar, sehingga menjadi kebutuhan banyak media massa yang bermunculan baik cetak maupun elektronik. Dengan demikian membuat program Numpang Numpang RRI kurang diminati oleh masyarakat.

Komodifikasi berkaitan dengan proses transformasi barang dan jasa dari nilai gunanya menjadi komoditas yang berorientasi pada nilai tukar di pasar atau dapat di pasarkan. Berdasarkan hal tersebut, karena nilai tukarnya berkaitan dengan pasar atau konsumen, maka proses komodifikasi pada dasarnya adalah mengubah barang/jasa agar sesuai dengan keinginan atau kebutuhan khalayak. Dengan kata lain, media hanya akan memproduksi konten yang disukai oleh khalayak atau menjadi kebutuhan khalayak. Menarik perhatian suatu pendengar dalam suatu acara baik itu televisi maupun radio (*audien*) sangatlah penting dalam sebuah acara, termasuk dalam program Numpang Numpang, segala promosi telah dilakukan baik melalui sosial media dan iklan radio itu sendiri. Tapi kenyataannya tidak semudah itu karena banyak sekali pesaing baik digital maupun di sosial media. Seperti youtube, instagram dan lainnya.

LPP RRI Palembang melakukan banyak kegiatan untuk terus mempertahankan kan dan memperluas kekuasaannya dalam berbagai jenis kegiatan industri komunikasi, baik dengan jangkau lokal maupun nasional. Keberadaan media yang terintegrasi ini tentu akan saling mendukung antara yang satu dan yang lain.

Berbicara tentang media sebagai ranah industri saat ini tidak terlepas dari aspek ekonomi politik media. Dalam membahas ekonomi politik media, akan berhubungan dengan faktor produksi, distribusi dan konsumsi. Salah satu aspek dalam ekonomi politik media adalah

komodifikasi. Komodifikasi merupakan salah satu proses perubahan makna dari sistem fakta atau data yang digunakan menjadi sesuatu yang nantinya akan menjadi suatu komoditi yang bisa dipasarkan. Seperti yang telah disebutkan diatas bahwa ekonomi politik media berhubungan dengan factor produksi, distribusi dan konsumsi. Factor produksi berhubungan dengan konten atau isi media yang diproduksi kemudian didistribusikan oleh pekerja untuk di nikmati oleh khalayak. Ini lah yang akan menjadi pembahasan disini yaitu komodifikasi isi/konten, khalayak dan pekerja serta spesialisasi yang memiliki hubungan yang saling berkesinambungan kemudian dilakukan untuk mendatangkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Hasil penemuan peneliti yang telah peneliti sampaikan pada sub bab sebelumnya, peneliti menemukan bahwa komodifikasi yang dilakukan di RRI PRO2 Palembang ini jelas sangat berhubungan erat dengan kepentingan lembaga yang dijalankan. Apa yang terjadi didalamnya tak ubahnya adalah untuk kepentingan internal untuk mendapatkan keuntungan yang lebih bagi RRI Palembang.

1. Peneliti melihat komodifikasi konten yang dilakukan oleh RRI PRO2 adalah komodifikasi Numpang Numpang, dimana hal tersebut dapat terlihat dari pembuatan program dan mendatangkan narasumber untuk mendapatkan informasi dari mereka. Selain dari segi konten program, hal layak juga menjadi salah satu objek yang di komodifikasi oleh RRI PRO2 Palembang dari latar belakang berdirinya saja RRI PRO2 telah melihat suatu potensi pasar yang besar dan yang menginspirasi, mengingat mayoritas pendengar di Palembang anak muda, khususnya radio, yang ada di Indonesia masih sangat sedikit. Dari sini juga bisa terlihat bahwa RRI PRO2 akan meraih pasar yang sangat besar dari dialog interaktif ini.
2. Komodifikasi khalayak yang dilakukan di RRI PRO2 Palembang ini pun terlihat dari posisi RRI PRO2 sebagai salah satu radio yang memiliki jaringan terbesar dan terluas. Untuk dapat mendengar siaran Numpang Numpang, tentu yang diluar kota pun bisa mendownload aplikasi RRI PlayGO DAN YouTube pendengar bisa mendengarkan siaran RRI diseluruh Indonesia dengan siaran berjaringan. Dalam hal ini, khalayak akhirnya dipandang dan diposisikan sebagai pasar sekaligus komoditas yang sangat penting. Khalayak di anggap sangat penting karena memiliki potensi financial yang besar untuk lembaga. Dari sini RRI PRO2 memproduksi khalayak melalui suatu program untuk selanjutnya dijual kepada pengiklan.
3. Komodifikasi pekerja di RRI PRO2 pun dilakukan secara maksimal sumber daya manusia (SDM) yang telah dimiliki oleh RRI PRO2. Disini, bagian pekerja untuk program Numpang Numpang pun memanfaatkan penyiar sendiri. Hampir semua penyiar memiliki *jobdesc* tambahan selain siaran dan memang RRI sudah dikenal memiliki SDM-SDM yang ahli dalam hal produksi program maupun hal lainnya. Oleh karena itu, RRI PRO2 tidak lagi merekrut pegawai baru untuk produksi program atau produksi lainnya. Hal ini berarti bahwa biaya yang akan di keluarkan oleh RRI PRO2 pun akan semakin minim. Namun yang kemudian terjadi adalah adanya eksploritasi pekerja dikarenakan dengan jumlah pekerja yang sedikit, akhirnya mereka harus bekerja keras dan melakukan lebih dari apa yang seharusnya dilakukan.

Komodifikasi pekerja di RRI PRO2 pun dilakukan secara maksimal sumber daya manusia

(SDM) yang telah dimiliki oleh RRI PRO2. Disini, bagian pekerja untuk program Numpang Numpang pun memanfaatkan penyiar sendiri. Hampir semua penyiar memiliki *jobdesc* tambahan selain siaran dan memang RRI sudah dikenal memiliki SDM-SDM yang ahli dalam hal produksi program maupun hal lainnya. Oleh karena itu, RRI PRO2 tidak lagi merekrut pegawai baru untuk produksi program atau produksi lainnya. Hal ini berarti bahwa biaya yang akan dikeluarkan oleh RRI PRO2 pun akan semakin minim. Namun yang kemudian terjadi adalah adanya eksplorasi pekerja dikarenakan dengan jumlah pekerja yang sedikit, akhirnya mereka harus bekerja keras dan melakukan lebih dari apa yang seharusnya dilakukan. Hasil penemuan penelitian yang telah peneliti sampaikan pada sub bab sebelumnya, peneliti menemukan bahwa spesialisasi yang dilakukan oleh RRI PRO2 ini jelas telah mengatasi kendala ruang dan waktu seperti melakukan relay program siaran Numpang Numpang ke Nasional, kemudian mempunyai web streaming, kemudian membangun dan menciptakan siaran audio yang divisualkan agar dapat memanjakan pendengarnya dengan visual yang ditampilkan melalui Tv Online maupun Mobile Apps (RRI PlayGo).

RRI PRO2 juga melakukan privatisasi. Dimana menurut penjelasan dari Vincent Mosco dalam modul Panco Budi, privatisasi yaitu mengambil langkah lebih lanjut dengan mengubah unit-unit bisnis Negara menjadi bisnis pribadi. Dimana peneliti juga menemukan bahwa konten RRI Net yang didistribusikan ke pusat, namun didistribusikan pula di YouTube Chanel pribadi milik pegawai RRI Palembang. Seperti yang dikatakan Vincent Mosco (2010), strukturasi dapat digambarkan sebagai proses dimana struktur sosial saling di tegakkan oleh para agent sosial, dan bahkan masing-masing bagian dari struktur mampu bertindak melayanni bagian yang lain. RRI PRO2 Palembang telah membangun Hegemoni yang baik untuk pendengarnya, yaitu dengan membuat jargon untuk program siaran dialog Numpang Numpang, kemudian menciptakan Hegemoni lainnya, malalui spot promo program yang sering diputarkan diluar program siaran dialog Numpang Numpang serta telah melakukan proses sosial dan praktik sosial yang baik. Masyarakat pun telah menciptakan sebuah pernyataan bahwa RRI PRO 2 Palembang adalah rumah bagi anak-anak muda yang berprestasi. Dimana isi promo tersebut menggaungkan insane muda untuk dapat berprestasi dibidangnya. Dari sini hasil akhir yang sesuai dikatakan Vincent Mosco, terbukti karena gerakan sosial yang dilakukan RRI PRO2 mampu menarik perhatian, para pemuda berprestasi serta pembisnis muda yang ada di kota Palembang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari hasil penelitiandan pembahasan yang telah dipaparkan adalah:

1. Target pendengar yang hampir setara dengan program dialog interaktif lainnya, dan mempunyai pendengar dari berbagai daerah, membuat program dialog interaktif menghantarkan kepada pengiklan atau sponsor yang akan bekerja sama dengan RRI PRO2. Membuat poster promo program dan mempublikasi kemedi sosial untuk mengajak pendengar ikut berpartisipasi dalam acara tersebut. Disinilah komodifikasi khalayak terlihat khalayak dianggap sangat penting karena RRI PRO2 dapat menjual khalayak kepada pihak pengiklan atau sponsor untuk mendukung acara tersebut. Dengan begitu RRI PRO2 dapat mengeluarkan financial (ekonomi) yang besar.
2. Produksi program siaran dialog interaktif Numpang Numpang tidak dilakukan banyak pihak, yang dalam hal ini berperan sangat penting untuk keberhasilan program adalah seorang produser merangkap sebagai penyiar dan juga penyiar merangkap sebagai

- Content Creator*. Komodifikasi pekerja inilah yang terlihat dalam produksi program siaran Numpang.
3. Numpang sebagai bagian dari RRI PRO2 Palembang, dimana RRI PRO2 memaksimalkan SDM-SDM mumpuni yang dimiliki untuk memperoleh keuntungan yang lebih dalam artian meminimalkan financial.
 4. Perluasan jaringan yang dilakukan oleh RRI PRO2 cukup mengatasi kendala ruang dan waktu dalam kehidupan sosial. Seperti melakukan siaran relai program siaran Numpang Numpang, kemudian memperluas khalayak dari web streaming serta mendapatkan khalayak baru dari Tv Online atau siaran audio yang di visualkan (RRI Net), serta menyajikan produk didepan pembaca/khalayak dalam batasan ruang dan waktu dengan menghadirkan media sosial khusus Numpang Numpang. Dan telah terjadi langkah lebih lanjut dengan mengubah unit-unit bisnis Negara menjadi bisnis pribadi yaitu privatisasi. Dimana pegawai RRI Palembang telah membuat channel *YouTube* pribadi dengan mengisi kontennya dengan konten yang harusnya di distribusikan kepusat.

Saran

- Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti memiliki beberapa saran sebagai berikut:
1. RRI PRO2 hendaknya mampu mengemas produksi program Numpang Numpang dengan membuat konsep program yang lebih menarik lagi, sehingga seluruh lapisan masyarakat dapat menikmati acara Numpang Numpang.
 2. RRI PRO2 hendaknya lebih mengadakan kerjasama berupa MoU dengan berbagai pihak, dan tentunya Numpang Numpang akan lebih terekspose lagi tanpa harus menjual khalayak kepada pengiklan.
 3. RRI PRO2 harus meningkatkan strategi untuk mensosialisasikan dan memperkenalkan narasumber Numpang Numpang kepada masyarakat lebih luas lagi, melalui media promosi yang ada, salah satunya melalui media sosialnya yang lebih ditingkatkan lagi, RRI PROI 2 mungkin dapat *hire* pegawai khusus untuk menjadi admin media sosial yang telah dimiliki agar tidak mengganggu pegawai lainnya yang memiliki *Jobdesk* tersendiri.
 4. Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian selanjutnya dan bisa lebih dalam lagi terutama pada tataran kajian ekonomi politik media.

DAFTAR PUSTAKA

- Adila, Ismi. 2011. Spasialisasi dalam Ekonomi Politik Komunikasi (Studi Kasus MRA Media). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol.1 (1), h.94.
- A, M, Morissan. (2008). *Menejemen Media Penyiaran*. Prenada Media Grup.
- . (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Ghalia Indonesia.
- Arifin, Anwar. (2006). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Bungin, Burhan. (2001). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. PT Raja Grafindo Persada.
- . (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya*. Putra Grafika.
- Crewell, Jhon W. (2015). *Penelitian Kualitati &Desain Riset*. Pustaka Pelajar.
- Darwanto. (2007). *Televisi Sebagai Media Pendidikan*. Pustaka Pelajar.
- Fachrudin, Andi. (2014). *Dasar-dasar Produksi Televisi*. Kencana Prenada Media Grup.

- Mosco, Vincent. (2010). *The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal*. Thousand Oaks CA: Sage Publications.
- Novriska, Dikta Ruth. (2015). *Manajemen Siaran Musik Pada Music Director Radio Fresh 94,3 Fm Pekanbaru dalam mempertahankan eksistensi*. Fakultas Ilmu social dan Ilmu Politik Universitas Riau.
- Nurudin, M.S.I. (2009). *Pengantar Komunikasi Massa*. PT Raja Grafindo Persada.
- Tamburaka, Apriadi. 2012. *Agenda setting Media Massa*. PT Raja Grafindo Persada.
- Widjaja, H.A. (2000). *Ilmu Komunikasi: Pengantar studi*. Rineka Cipta
- Yulianti, Tika. (2015). *Komodifikasi Media Cetak. Analisis Ekonomi Politik pada Media Indonesia*. Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.