



TAHAPAN PRODUKSI IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DAN FILLER DALAM RADIO REPUBLIK INDONESIA (RRI) MEDAN

Mutiara Fitri Santika¹, Nadia Cahya Rahmah Nasution², Nailah Putri Maharani Susanto³, Salsabillah Luthfiyahningtyas⁴, Mhd. Anggie Januarsyah Daulay⁵

Program Studi Sastra Indonesia, Universitas Negeri Medan

*E-mail: muhanggi@unimed.ac.id, raraaaaa951@gmail.com, nadiacahyarahma13@gmail.com,
nailahsusanto24@gmail.com, salsabillah2023upi.edu@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tahapan produksi iklan layanan masyarakat dan filler di Radio Republik Indonesia (RRI) Medan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi proses produksi iklan layanan masyarakat dan filler. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tahapan produksi iklan layanan masyarakat dan filler meliputi penulisan naskah, proses perekaman suara, terakhir proses pengeditan hasil rekaman. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru mengenai tahapan produksi iklan layanan masyarakat dan filler pada radio dan memberikan kontribusi pada pengembangan strategi komunikasi efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat.

Kata kunci: Iklan Layanan Masyarakat, Filler, Radio

PUBLIC SERVICE ADVERTISEMENT AND FILLER PRODUCTION STAGES ON RADIO REPUBLIC OF INDONESIA (RRI) MEDAN

ABSTRACT

This study discusses the stages of production of public service advertisements and fillers on Radio Republic Indonesia (RRI) Medan. This study aims to identify the production process of public service advertisements and fillers. The results of the study indicate that the stages of production of public service advertisements and fillers include script writing, sound recording process, and finally the editing process of the recording results. This study uses a qualitative research method with data collection techniques through observation and interview. The results of this study are expected to provide new knowledge about the stages of production of public service advertisements and fillers on the radio and contribute to the development of effective communication strategies in increasing public awareness.

Keywords: Public Service Announcements, Filler, Radio

PENDAHULUAN

Media radio memiliki peran yang penting dalam menyampaikan informasi, edukasi, dan hiburan kepada masyarakat. Salah satu bentuk penyampaian edukasi dan informasi dari Radio Republik Indonesia (RRI) yaitu melalui Iklan Layanan Masyarakat (ILM) yang dirancang untuk memberikan edukasi dan mengingatkan pendengar tanpa menimbulkan kesan menghakimi. *Filler* yang diproduksi oleh RRI guna untuk menyampaikan informasi mengenai hal-hal yang umum didengar oleh masyarakat, tetapi masih kurang dipahami makna atau asal-usulnya.

Dengan diproduksi *filler*, diharapkan pendengar dapat memperluas wawasan hanya melalui media radio serta menemukan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang timbul namun belum terjawab. Selain itu, melalui Iklan Layanan Masyarakat (ILM), pendengar diharapkan mampu memahami perspektif individu yang terdampak oleh perilaku negatif, sehingga menyadari bahwa tindakan tersebut dapat merugikan orang di sekitarnya.

RRI Medan memproduksi ILM dan *filler* yang menjadi salah satu media penting untuk menyampaikan pesan-pesan lokal yang relevan dengan kehidupan masyarakat di wilayah Medan. RRI Medan harus mampu mengemas konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga sesuai dengan kebutuhan budaya dan sosial masyarakat lokal. Hal ini menjadi tantangan tersendiri dalam setiap



proses produksi, terutama dalam menentukan topik dan pendekatan yang tepat agar pesan dapat diterima dan dimengerti dengan baik oleh masyarakat lokal.

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami bagaimana RRI merancang dan memproduksi ILM serta *filler* yang sesuai dengan kebutuhan pendengarnya. Melalui artikel ini, pembaca dapat memahami bahwa tahapan produksi ILM dan *filler* di RRI tidaklah sesederhana yang dibayangkan, melainkan melibatkan proses yang kompleks untuk menghasilkan hasil yang bagus dan bermanfaat bagi pendengar. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pembaca dalam memahami proses produksi ILM dan *filler* di RRI, sekaligus mendorong RRI untuk terus mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas konten yang dihasilkannya, sehingga tetap relevan dan bermanfaat bagi masyarakat.

METODE

Untuk melaksanakan kegiatan produksi iklan layanan masyarakat dan filler di Radio Republik Indonesia (RRI) Medan, penelitian ini menggunakan beberapa metode. Pertama, dilakukan observasi lapangan dengan mengunjungi studio produksi RRI Medan untuk mengamati langsung proses produksi. Ini termasuk mendokumentasikan lingkungan kerja, peralatan yang digunakan, serta interaksi antar anggota tim produksi. Selanjutnya, wawancara mendalam dengan berbagai pihak yang terlibat dalam produksi, seperti produser, penulis naskah, penyiar, teknisi audio, dan editor, untuk memperoleh informasi detail mengenai setiap tahapan produksi. Data yang diperoleh dari observasi, dan wawancara kemudian diolah dengan pendekatan kualitatif untuk mengidentifikasi tahapan produksi secara detail.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang sudah dicapai dalam pelaksanaan magang program studi di LPP RRI Medan khususnya di bidang penyiaran mendapat respon yang positif, banyak hal yang bisa dipelajari dari bidang penyiaran, untuk pembagian divisinya sendiri terdapat beberapa macam bagian program, mulai dari program 1 yang khusus untuk orangtua yang berumur diatas 30 tahun, acara nya juga beragam, untuk program 2 khusus untuk kalangan remaja, program acaranya tentunya yang cocok untuk kalangan anak muda, dan terakhir ada bidang program 4, program ini berisi konten budaya nusantara dan etnis di Sumatera Utara.

Dari bidang penyiaran, penyusun belajar banyak hal mulai dari belajar untuk menjadi pengisi suara (*voice over*), menulis naskah drama mini untuk radio, cara membuat iklan layanan masyarakat, cara membuat *filler*, cara mengedit dan memproduksi sebuah berita maupun konten untuk ditayangkan di radio selama siaran berlangsung.

Iklan Layanan Masyarakat (ILM) dan *filler* memberikan wawasan yang mendalam tentang proses produksi konten radio yang efektif. *Filler* berfungsi untuk menyampaikan informasi yang jarang diketahui masyarakat, sementara ILM lebih fokus pada pesan sosial yang berkaitan dengan isu-isu penting seperti kesehatan dan pendidikan. Dalam naskah ILM dan *Filler* tentunya memiliki tujuan yang berbeda-beda.

Proses tahapan produksi iklan layanan masyarakat dan *filler* memerlukan perhatian khusus untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan jelas dan menarik bagi para pendengar yang bukan hanya sebagai sekedar iklan biasa semata tetapi sebagai bentuk peringatan dan ajakan.

1. Pembuatan naskah

Pada dasarnya dalam proses pembuatan naskah untuk *filler* dan ILM (Iklan Layanan Masyarakat) tidak jauh berbeda dan cenderung sama. Perbedaan teks naskah *filler* dan ILM (Iklan Layanan Masyarakat) yang cukup jelas adalah isi di dalamnya. *Filler* berisi pemberitahuan tentang hal-hal yang jarang masyarakat ketahui. Maka dari itu dalam isinya, *filler* harus menyertakan sumber valid agar informasi yang disebarkan benar dan tidak hoaks. Sedangkan ILM (Iklan Layanan Masyarakat) berisi pesan-pesan sosial yang fokus pada isu-isu tertentu seperti kesehatan, pendidikan, keselamatan, lingkungan, dan lainnya yang berhubungan dengan kehidupan sosial masyarakat dan sering terjadi di sekitar masyarakat.

Penentuan tema dalam penulisan naskah *filler* dan ILM sangat penting agar naskah tidak keluar konteks pembahasan sehingga *filler* dan ILM dapat disampaikan dengan singkat, jelas, dan tepat. Kata-kata yang digunakan dalam *filler* dan ILM tidak bisa bertele-tele, harus sederhana, jelas, dan



langsung ke inti. Dalam penulisan *filler* dan ILM perlu penambahan visualisasi audio dengan menambahkan efek suara seperti suara orang ramai, kendaraan berlalu lalang, suara kicauan burung, dan sebagainya sesuai tema yang diangkat dalam *filler* dan ILM.

Naskah *filler* adalah konten singkat yang disiarkan di radio atau televisi, biasanya berdurasi 1-2 menit. *Filler* berfungsi untuk memberikan informasi, deskripsi budaya, tradisi, dan kesenian yang relevan dengan masyarakat pendengar. Tujuannya adalah untuk mengedukasi dan menghibur pendengar, serta memberikan ruang bagi partisipasi aktif mereka dalam berbagai topik yang diangkat. *Filler* sering kali diangkat dari kebudayaan lokal, sehingga setiap daerah dapat memiliki karakteristik naskah *filler* yang berbeda-beda. Pembuatan naskah *filler* melibatkan beberapa langkah penting, yaitu :

1. Pemilihan topik : menentukan tema yang menarik dan relevan dengan audiens
2. Pengumpulan informasi : melakukan riset lapangan untuk mendapatkan data akurat dari narasumber
3. Penulisan naskah : merangkai informasi yang diperoleh menjadi kalimat yang mudah dipahami dan jelas
4. Rekaman dan editing : setelah naskah selesai, tahap selanjutnya adalah merekam dan mengedit sebelum disiarkan.

Iklan layanan masyarakat (ILM) adalah bentuk komunikasi publik yang bertujuan untuk menyampaikan pesan sosial atau informasi penting kepada masyarakat. ILM berfungsi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu-isu tertentu, seperti kesehatan, keselamatan, lingkungan, dan pendidikan. ILM harus dirancang dengan menarik agar dapat menarik perhatian audiens dan mendorong mereka untuk bertindak sesuai dengan pesan yang disampaikan.

Proses pembuatan iklan layanan masyarakat juga memiliki beberapa tahap, diantaranya :

1. Identifikasi isu : menentukan isu sosial yang perlu disampaikan kepada publik
2. Riset audiens : memahami karakteristik audiens target agar pesan dapat disampaikan dengan efektif
3. Penulisan naskah : menulis naskah yang singkat namun padat dengan informasi penting
4. Produksi dan penyiaran : melakukan produksi iklan, termasuk rekaman suara atau video kemudian, menyiarkannya melalui media yang sesuai.

2. Rekaman *Voice Over*

Voice over merupakan teknik produksi yang menggunakan suara untuk menyampaikan informasi dan biasa dilakukan dalam industri radio. Pada tahap ini, naskah yang sudah matang akan masuk ke studio rekaman untuk proses *voice over*. Seorang pelaku *voice over* (*voice over talent*) harus memperhatikan artikulasi, intonasi, tempo, ritme, dan emosi agar teks di dalam naskah tersampaikan dengan baik. Maka dari itu tidak jarang dalam satu naskah *voice over* dilakukan berulang kali agar hasil rekaman yang didapat berkualitas tinggi.

Voice Over tentunya dipilih terlebih dahulu suara sesuai dengan karakter yang diminta oleh naskah, bila perlu dicoba oleh beberapa orang, beberapa kali tik, agar benar-benar menghayati sesuai dengan naskahnya agar sampai pesannya kepada pendengar. Proses editing dimulai dengan pembersihan *voice* kemudian dicari *sound* yang bisa mendukung sesuai tema ILM atau Fillernya, baru *mixing* dengan *Voicenya*, dan inilah disebut proses produksinya.

Berikut ini merupakan jenis-jenis *voice over*, sebagai berikut :

1. *Commercial Voice Over* : digunakan dalam iklan untuk menyampaikan pesan promosi produk atau layanan. Ini melibatkan suara narator yang membacakan teks iklan di berbagai media.
2. *Narrative Voice Over* : merupakan suara narator yang menjelaskan atau menceritakan suatu cerita dalam film dokumenter atau presentasi. Ini bertujuan untuk memberikan konteks tambahan pada penonton.
3. *Character Voice Over* : suara yang digunakan untuk menghidupkan karakter dalam animasi atau video game. Pengisi suara harus mampu mengekspresikan kepribadian dan emosi karakter tersebut.
4. *Instructional Voice Over* : digunakan dalam konten pendidikan untuk memberikan intruksi atau panduan kepada pendengar. Ini sering ditemukan dalam video tutorial dan pembelajaran online.



5. *IVR (Interactive Voice Response) Voice Over* : suara yang digunakan dalam sistem telepon otomatis untuk memberikan intruksi dan pilihan kepada pengguna saat berinteraksi dengan layanan telepon.

Proses pembuatan *voice over* melibatkan beberapa langkah, antarlain :

1. Penulisan naskah : menyusun naskah yang jelas dan sesuai dengan tujuan produksi
2. Rekaman suara : melakukan perekaman di studio dengan peralatan audio berkualitas tinggi, memperhatikan intonasi dan ekspresi vokal
3. Editing : mengedit rekaman untuk memastikan kualitas suara dan kesesuaian dengan naskah
4. Distribusi : menyebarkan hasil rekaman ke platform yang relevan seperti televisi, radio, atau media sosial.

Keterampilan yang dibutuhkan Seorang *voice over artist* harus memiliki keterampilan vokal yang baik, kemampuan berakting, serta penguasaan teknik perekaman suara. Mereka juga perlu memahami cara mengubah nada dan intonasi sesuai kebutuhan naskah. Kemampuan untuk beradaptasi dengan berbagai jenis konten juga sangat penting. Perbedaan *voice over* dan *dubbing* yaitu :

1. *Voice over* : digunakan untuk memberikan narasi tanpa menampilkan wajah pengisi suara: fokus pada penyampaian informasi atau cerita
2. *Dubbing* : melibatkan penggantian suara asli karakter dalam film atau acara tv dengan suara baru dalam bahasa lain, seringkali dilakukan untuk mencapai keseragaman suara.

Jadi, kesimpulannya adalah *Voice over* adalah elemen penting dalam produksi media modern, memungkinkan penyampaian pesan dengan cara yang menarik dan informatif. Dengan berbagai jenis aplikasi dan keterampilan yang diperlukan, industri *voice over* terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi dan kebutuhan pasar.

3. Editing Hasil Rekaman

Tahap ini memerlukan perhatian khusus agar *filler* dan ILM menjadi lebih menarik. Dalam prosesnya, editor rekaman harus melakukan penyesuaian frekuensi untuk memastikan *voice over* jelas dan seimbang. Selain itu, editor rekaman harus benar-benar jeli dalam pemotongan bagian yang sekiranya tidak dibutuhkan. Penambahan efek dan musik dilakukan dalam tahap ini. Gunakan efek dan musik yang mendukung dan sesuai dengan isi *filler* dan ILM yang sudah direkam. Atur volume efek dan musik agar tidak mengganggu suara utama. Efek dan musik tidak boleh mendominasi narasi yang telah direkam agar pendengar dapat fokus pada isi *filler* dan ILM yang disampaikan.

SIMPULAN

Voice over adalah elemen penting dalam produksi media modern, memungkinkan penyampaian pesan dengan cara yang menarik dan informatif. Dengan berbagai jenis aplikasi dan keterampilan yang diperlukan, industri *voice over* terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi dan kebutuhan pasar.

Penelitian ini menunjukkan bahwa proses produksi Iklan Layanan Masyarakat (ILM) dan *filler* di Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (LPP RRI Medan) melibatkan beberapa tahapan penting yang saling berkaitan. Pertama, pembuatan naskah menjadi langkah awal yang krusial, di mana perbedaan isi antara *filler* dan ILM harus diperhatikan agar informasi yang disampaikan valid dan tidak menyesatkan. Kedua, rekaman *voice over* memerlukan perhatian terhadap aspek teknis seperti intonasi dan emosi untuk memastikan pesan tersampaikan dengan baik. Terakhir, tahap editing hasil rekaman sangat penting untuk meningkatkan daya tarik konten, dengan penyesuaian frekuensi suara dan penambahan efek audio yang mendukung. Melalui pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini berhasil menggambarkan bagaimana setiap tahapan produksi berkontribusi pada efektivitas penyampaian pesan kepada pendengar. Hasil dari magang di LPP RRI Medan menunjukkan bahwa terdapat banyak hal yang dapat dipelajari dalam bidang penyiaran, termasuk teknik menulis naskah, pengisian suara, dan editing. Dengan demikian, baik *filler* maupun ILM tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai alat untuk menyampaikan pesan sosial yang penting bagi masyarakat.

Pembuatan naskah menjadi langkah awal yang krusial, di mana penting untuk membedakan isi antara *filler* yang menyampaikan informasi umum dan ILM yang fokus pada pesan sosial. Kedua,



rekaman voice over memerlukan perhatian khusus terhadap aspek teknis seperti intonasi, ritme, dan emosi agar pesan dapat tersampaikan dengan efektif. Terakhir, editing hasil rekaman sangat penting untuk meningkatkan daya tarik konten, termasuk penyesuaian frekuensi suara dan penambahan efek audio yang relevan.

Melalui pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini berhasil menggambarkan bagaimana setiap tahapan produksi berkontribusi pada efektivitas penyampaian pesan kepada pendengar. Hasil magang di LPP RRI Medan menunjukkan banyaknya hal yang dapat dipelajari dalam bidang penyiaran, termasuk teknik menulis naskah, pengisian suara, dan editing. Dengan demikian, baik filler maupun ILM tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai alat untuk menyampaikan pesan sosial yang penting bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Pradekso, dkk. (2013). Proses Produksi Acara Siaran Radio. Laporan Praktik Kerja Lapangan. Universitas Pakuan Bogor.
- OERBAN.COM. (n.d.). Penulisan Naskah Filler untuk Radio. Diakses dari <https://oerban.com/penulisan-naskah-filler-untuk-radio/>
- Universitas Pelita Harapan. (2024). Siaran Radio Fillers di Radio Sumber Kasih Manado Seputar Isu. *Lectura: Jurnal Ilmu Komunikasi*. Diakses dari <https://ojs.uph.edu/index.php/lectura/article/download/8676/pdf>
- RRI Tanjungpinang. (n.d.). Penulisan Naskah Filler untuk Radio. Diakses dari <https://rri.co.id/tanjungpinang/wisata/721839/penulisan-naskah-filler-untuk-radio>
- ResearchGate. (2024). Proses Produksi Iklan Radio di LPP Radio Republik Indonesia Palu diakses dari https://www.researchgate.net/publication/326652666_Proses_Produksi_Iklan_Radio_di_LPP_Radio_Republik_Indonesia_Palu
- Ohbold.com. (2024). Apa itu Voice Over: Jenis-jenis, Kelebihan, dan Peluang Karirnya. Diakses dari <https://ohbold.com/apa-itu-voice-over/>
- UTAS.co. (n.d.). Pengertian Voice Over, Tugas, Fungsi & Skill yang Dibutuhkan. Diakses dari <https://utas.co/blog/voice-over/>
- Narasi.tv. (n.d.). Serba-serbi Voice Over: Pengertian, Fungsi, dan Keahlian.... Diakses dari <https://narasi.tv/read/narasi-daily/voice-over-adalah>
- Inavoice.com. (n.d.). Apa Itu Voice Over? Definisi dan Profesi dalam Voice Over Industri. Diakses dari https://inavoice.com/blog_voice-over-adalah_32
- Jobstreet.id. (n.d.). Apa Itu Voice Over (VO)? Tugas, Jenis, Gaji dan Skill Penting. Diakses dari <https://id.jobstreet.com/id/career-advice/article/voice-over-adalah>
- Wordsmithgroup.com. (2024). Apa Itu Voice Over dan Bedanya Dengan Dubbing? Diakses dari <https://www.wordsmithgroup.com/id/apa-itu-voice-over-dan-bedanya-dengan-dubbing/>
- RRI.co.id. (n.d.). Mengenal Voice Over dan Jenis-Jenisnya. Diakses dari <https://www.rri.co.id/lain-lain/1118564/mengenal-voice-over-dan-jenis-jenisnya>