

MODEL PRODUKSI NASKAH IKLAN LAYANAN MASYARAKAT PADA RADIO PEMERINTAH DAERAH DALAM PENYEBARLUASAN INFORMASI PUBLIK

Rifa Althof Rizqullah¹, Suparman², Renny Soelistiyowati³

^{1,2,3}Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi, IPB University

Alamat e-mail : ¹raaralthof@apps.ipb.ac.id, ²parman@apps.ipb.ac.id,

³renny@apps.ipb.ac.id

ABSTRACT

This study aims to examine in depth how the process of producing public service advertisement scripts at Radio Tegar Beriman 95,3 FM is carried out, including the stages implemented and the obstacles encountered in practice. This research employs a descriptive qualitative approach with data collection techniques consisting of participatory observation, structured interviews, and literature studies. The results show that the process of producing public service advertisement scripts is conducted systematically through four interrelated stages, namely issue identification, audience research and data collection, script writing, and production and broadcasting. Four main obstacles were identified in the process of producing public service advertisement scripts: limited human resources, suboptimal facilities and infrastructure, challenges in obtaining accurate and up-to-date data, as well as broadcasters' health conditions and repeated revision processes. Despite these obstacles, the public service advertisements broadcast by Radio Tegar Beriman 95.3 FM received positive responses from the public, as reflected in the increased public participation in local government services after the information was aired. This study concludes that the public service advertisements produced by Radio Tegar Beriman 95.3 FM have proven effective in delivering public information to the community, although several obstacles still need to be improved in the future.

Keywords: mass communication, public service advertisement, radio production, radio script, regional government radio

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengkaji secara mendalam bagaimana proses produksi naskah iklan layanan masyarakat di Radio Tegar Beriman 95,3 FM dilaksanakan, termasuk tahapan yang diterapkan serta kendala yang dihadapi dalam praktiknya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi partisipatif, wawancara terstruktur, dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses produksi naskah iklan layanan masyarakat dilaksanakan secara sistematis melalui empat tahapan yang saling berkesinambungan, yaitu identifikasi isu, riset audiens dan pengumpulan data, penyusunan naskah, serta produksi dan penyiaran. Terdapat empat kendala utama dalam proses produksi naskah iklan layanan masyarakat, yaitu keterbatasan sumber daya manusia, kondisi sarana dan prasarana yang belum optimal, tantangan dalam perolehan data yang akurat dan aktual, serta kondisi kesehatan penyiar dan proses revisi yang berulang. Meskipun ada kendala, iklan layanan masyarakat yang disiarkan oleh Radio Tegar Beriman 95,3 FM mendapat respons yang positif dari masyarakat, yang tercermin dari meningkatnya partisipasi publik

terhadap layanan pemerintah daerah setelah informasi tersebut disiarkan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa iklan layanan masyarakat yang diproduksi oleh Radio Tegar Beriman 95,3 FM terbukti efektif dalam menyampaikan informasi publik kepada masyarakat, meskipun terdapat beberapa kendala yang perlu diperbaiki ke depannya.

Kata Kunci: Iklan Layanan Masyarakat, Komunikasi Massa, Naskah Radio, Produksi Radio, Radio Pemerintah Daerah

A. Pendahuluan

Informasi merupakan unsur penting dalam kehidupan masyarakat karena berperan dalam proses komunikasi dan interaksi sosial antarindividu. Melalui pertukaran informasi, individu dapat mengetahui berbagai hal yang terjadi di sekitarnya dan memahami cara bersikap dalam lingkungan sosialnya. Pemahaman bersama yang terbentuk dari informasi itulah yang kemudian menjadi dasar bagi terciptanya hubungan sosial yang lebih teratur di masyarakat. Dengan demikian, informasi menjadi unsur penting dalam mendukung terciptanya kehidupan masyarakat yang lebih harmonis dan tertata dengan baik (Hadi et al., 2021).

Perkembangan era digital mendorong komunikasi massa semakin bertumpu pada media massa dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat. Media massa tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai media pendidikan, hiburan, dan persuasi

bagi masyarakat. Melalui media massa sebagai saluran komunikasi massa, berbagai isu sosial, ekonomi, maupun kebijakan publik dapat disampaikan secara sistematis sehingga informasi dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Oleh karena itu, media massa memiliki peran strategis dalam membentuk opini publik, menyebarluaskan informasi yang relevan, serta memengaruhi sikap dan perilaku masyarakat (Sucipta et al., 2025).

Di antara berbagai bentuk media massa, radio memiliki karakteristik khas sebagai media komunikasi massa berbasis audio yang bersifat satu arah. Seluruh pesannya, baik berupa berita, informasi, maupun hiburan disampaikan melalui unsur suara, seperti tuturan penyiar, dialog, musik, dan efek bunyi (Kurniawan, 2022). Sebagai media auditif, radio memiliki sejumlah keunggulan, yaitu biayanya relatif murah, dekat dengan masyarakat, mudah diakses di berbagai tempat, serta fleksibel

karena dapat didengarkan sambil melakukan aktivitas lain (Simamora et al., 2021; Kustiawan et al., 2022). Keunggulan tersebut menjadikan radio tetap relevan sebagai sarana penyampaian pesan kepada berbagai lapisan masyarakat.

Di balik berbagai keunggulan tersebut, radio tetap memiliki sejumlah keterbatasan. Keterbatasan tersebut meliputi informasi yang disajikan kurang komprehensif karena format yang dapat disampaikan hanya bersifat audio tanpa disertai unsur visual. Pesan bersifat selintas sehingga tidak dapat diulang oleh pendengar, durasi siaran terbatas, penyajian informasi cenderung umum dan tidak mendetail, alur program linear, serta rentan terhadap gangguan teknis, seperti masalah sinyal atau kualitas suara (Nasor, 2017). Oleh sebab itu, efektivitas radio sangat bergantung pada ketepatan pengemasan pesan yang disampaikan.

Terdapat berbagai bentuk pesan dan informasi yang dapat disampaikan melalui radio, salah satunya adalah iklan. Iklan merupakan bentuk komunikasi persuasif yang bertujuan memengaruhi sikap khalayak sehingga dapat berdampak pada perilaku mereka pada masa

mendatang (Aisyah et al., 2021). Jenis iklan yang sering ditemui di radio adalah iklan layanan masyarakat. Menurut Galihleo et al. (2025), iklan layanan masyarakat adalah sarana komunikasi yang dirancang untuk menyampaikan pesan sosial kepada masyarakat luas dengan tujuan mendorong peningkatan kesadaran serta perubahan perilaku masyarakat terhadap berbagai isu penting. Iklan layanan masyarakat tidak berorientasi pada keuntungan ekonomi, melainkan pada kepentingan umum, seperti peningkatan kesadaran, perubahan sikap, serta pembentukan perilaku yang lebih baik dalam kehidupan bermasyarakat. Oleh karena itu, iklan layanan masyarakat berfungsi sebagai instrumen strategis di media massa untuk menyebarluaskan pesan yang mendorong perubahan sosial ke arah yang lebih baik (Kusuma et al., 2025).

Efektivitas penyampaian pesan pada iklan layanan masyarakat di radio ditentukan oleh kualitas naskah yang disusun karena hanya mengandalkan unsur audio. Seluruh pesan pada iklan layanan masyarakat di radio hanya disampaikan melalui suara sehingga penggunaan bahasa, pilihan kata, dan pengaturan alur

menjadi faktor utama dalam menarik perhatian serta mempertahankan fokus pendengar. Naskah yang kurang jelas atau tidak terstruktur berpotensi menimbulkan salah penafsiran serta kegagalan dalam menyampaikan pesan sosial yang dimaksud.

Penulisan naskah iklan layanan masyarakat di radio memiliki tantangan tersendiri, terutama karena durasi yang relatif singkat dan karakter pesan yang bersifat selintas dengar. Menurut Kustiawan et al. (2025), empat elemen penting dalam penulisan naskah iklan radio meliputi penggunaan bahasa yang mudah dimengerti dan relevan dengan sasaran audiens, nada dan suara yang disesuaikan dengan tujuan iklan, narasi yang ringkas mengingat durasi terbatas sekitar 30–60 detik, serta elemen audio berupa musik dan efek suara untuk membangun suasana. Struktur naskahnya pada umumnya mencakup pembukaan yang menarik perhatian, pengenalan masalah, penyampaian inti pesan, ajakan untuk bertindak, dan penutup yang memberikan kesan mendalam kepada pendengar (Kusuma et al., 2025). Dengan demikian, penyusunan naskah yang baik akan mendukung naskah berkualitas yang merupakan

pedoman utama dalam pelaksanaan seluruh proses produksi iklan (Setyawan, 2017).

Proses produksi naskah iklan layanan masyarakat dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang terstruktur agar hasilnya sesuai dengan tujuan komunikasi. Menurut Kusuma et al. (2025) dan Santika et al. (2024), proses produksi naskah iklan layanan masyarakat dilaksanakan secara sistematis melalui empat tahapan, yaitu identifikasi isu, riset audiens, penulisan naskah, serta produksi dan penyiaran. Setiap tahap saling berkaitan dan menentukan kualitas pesan yang akan disiarkan kepada masyarakat.

Implementasi prinsip-prinsip penulisan iklan layanan masyarakat yang telah diuraikan sebelumnya dapat diamati pada praktik penyiaran di tingkat daerah melalui radio lokal yang dikelola oleh pemerintah. Salah satu media tersebut adalah Radio Tegar Beriman 95,3 FM yang berada di bawah pengelolaan Unit Pelaksana Teknis (UPT) Radio dan Televisi, Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bogor. Sebagai media penyiaran pemerintah daerah, radio ini memiliki fungsi strategis dalam menyampaikan informasi publik,

termasuk memproduksi dan menyiarkan iklan layanan masyarakat yang berkaitan dengan kebijakan daerah, program pembangunan, serta berbagai isu sosial di Kabupaten Bogor.

Dalam praktiknya, Radio Tegar Beriman 95,3 FM telah memproduksi berbagai iklan layanan masyarakat, antara lain mengenai kegiatan *car free day*, ajakan menjaga kebersihan, serta imbauan kepada orang tua agar anaknya mengonsumsi gizi seimbang. Ragam tema tersebut menunjukkan bahwa radio ini berperan aktif dalam mendukung peningkatan kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap isu-isu sosial. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana proses produksi naskah iklan layanan masyarakat di Radio Tegar Beriman 95,3 FM dilaksanakan, termasuk tahapan yang diterapkan serta kendala yang dihadapi dalam praktiknya.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Radio Tegar Beriman 95,3 FM, Unit Pelaksana Teknis (UPT) Radio dan Televisi, Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bogor, pada

periode 8 Januari hingga 10 Mei 2026. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus untuk mengkaji secara mendalam proses produksi naskah iklan layanan masyarakat di radio tersebut. Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif, wawancara terstruktur, dan studi literatur (Iba & Wardhana, 2023).

Data primer diperoleh melalui wawancara terstruktur kepada tiga kategori informan, yaitu Kepala Sub Bagian Tata Usaha Unit Pelaksana Teknis (UPT) Radio dan Televisi sebagai informan kunci, Koordinator Siaran sebagai informan utama, serta dua orang penyiar sebagai informan tambahan. Masing-masing informan memberikan informasi mengenai alur produksi, pembagian tugas, unsur naskah, proses evaluasi, hingga kendala yang dihadapi dalam produksi iklan layanan masyarakat. Data sekunder diperoleh dari jurnal akademis, buku referensi, dan publikasi pemerintah yang relevan (Sulung & Muspawi, 2024).

Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif dengan membandingkan temuan lapangan terhadap teori penulisan naskah iklan layanan masyarakat di radio. Keabsahan data

dijaga melalui triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan keterangan dari ketiga kategori informan. Hasil analisis kemudian disajikan secara naratif untuk menggambarkan proses dan kendala produksi naskah iklan layanan masyarakat di Radio Tegar Beriman 95,3 FM secara utuh.

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan Gambaran Umum Radio Tegar Beriman 95,3 FM

Radio Tegar Beriman 95,3 FM merupakan lembaga penyiaran publik lokal (LPPL) di Kabupaten Bogor yang berada di bawah pengelolaan Unit Pelaksana Teknis (UPT) Radio dan Televisi, Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bogor. Radio Tegar Beriman 95,3 FM pertama kali diresmikan pada tanggal 1 Agustus 1994 berdasarkan Surat Keputusan Pemerintah Kabupaten Bogor Nomor 482/327/kpts/Huk/1994. Radio ini pada awalnya bernama Radio Siaran Pemerintah Daerah (RSPD) di bawah naungan Bagian Humas Pemkab Bogor yang melakukan siaran percobaan pada Januari 1994. Siaran awal tersebut mengudara melalui frekuensi 1314 kHz dengan nama siaran Swara Prayoga. Seiring

dengan perkembangannya, radio ini mengalami beberapa kali pergantian nama, mulai dari Rampak (Ragam Pakuan) Swara Tegar Beriman, Suara Tegar Beriman, Tegar Beriman, hingga saat ini menjadi Radio Teman FM. Radio Tegar Beriman 95,3 FM mengalami perubahan dari frekuensi AM ke FM yang dilakukan untuk memperluas jangkauan siaran agar dapat menjangkau seluruh wilayah Kabupaten Bogor secara optimal.



Gambar 1 Logo Radio Tegar Beriman 95,3 FM

Radio Tegar Beriman 95,3 FM memiliki slogan “Satu Suara Berjuta Telinga”. Slogan ini mencerminkan peran Radio Tegar Beriman 95,3 FM sebagai media penyebaran informasi bagi masyarakat luas di Kabupaten Bogor. Berdasarkan hasil penelitian KPID Jawa Barat, radio ini memiliki segmentasi pendengar yang mencakup 60% penduduk Jawa Barat dari berbagai kalangan. Keberagaman segmentasi pendengar ini didukung oleh berbagai program siaran yang disesuaikan dengan karakteristik

audiens tertentu, mulai dari kalangan pekerja, anak muda, dewasa, hingga lansia. Hal ini selaras dengan karakteristik radio sebagai media massa yang memiliki pendengar heterogen, perorangan, aktif, dan selektif sebagaimana dikemukakan oleh Kustiawan et al. (2022).

JADWAL SIARAN
RADIO TEGAR BERIMAN 95.3 FM
DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KABUPATEN BOGOR

NAMA PROGRAM DAN PENGHI SIARAN						
JAM SIARAN	HARI					
	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU
05.20 - 05.30 WIB	TUNE PEMBUKA SIARAN					
05.30 - 06.00 WIB	LAGU RELIGI					
06.00 - 06.30 WIB	RELAY KRI PRO 1 BERITA BOGOR					
06.30 - 07.00 WIB	PLAYLIST TEMAN FM (HAI EX-HOI, GREETING DLL)					
	(RINGGO OPERATOR)					
	RELAY KRI PRO 3 JAKARTA, WARTA BERITA					
07.00 - 09.00 WIB	SELAMAT PAGI KABUPATEN BOGOR (INGGAR)	SELAMAT PAGI KABUPATEN BOGOR (INGGAR)	SELAMAT PAGI KABUPATEN BOGOR (ASTRI)	SELAMAT PAGI KABUPATEN BOGOR (RIPAL)	SELAMAT PAGI KABUPATEN BOGOR (ABAH UUS)	PLAYLIST RADIO TEGAR BERIMAN
09.00 - 10.00 WIB	SELAMAT PAGI KABUPATEN BOGOR (INGGAR)	KABUPATEN BOGOR SERAT (INGGAR)	BINCANG BERSAMA UMUM KABUPATEN BOGOR (ASTRI)	SELAMAT PAGI KABUPATEN BOGOR (RIPAL)	JURNAL OLAHRAGA DAN PARUWATA KABUPATEN BOGOR (RIPAL)	MORNING WEEKEND
10.00 - 12.00 WIB	NAREQ DELMAN (ASTRI)	NAREQ DELMAN (RIPAL)	NAREQ DELMAN (INGGAR)	NAREQ DELMAN (INGGAR)	NAREQ DELMAN (RIPAL)	PLAYLIST TEMAN WEEKEND
12.15 - 14.00 WIB	DERETAN LAGU TEMAN FM				LAGU RELIGI PENGALIAN	KARAOKE LIVE POP SUNDA
14.00 - 16.00 WIB	NGOBRAJ (NGOBROL BARENG BAHASA SUNDA)		KEMIS NYUNDA		SULANJAN A (SUGUHAN LAGU JAJONG JAMAH)	PLAYLIST RADIO TEGAR BERIMAN
	(UUS)	(UUS)	(UUS)	(UUS)	ARULIN (DUNYANYA ANAK BOGOR)	PLAYLIST TEMAN WEEKEND
16.00 - 17.30 WIB	SERIAN (SORE-SORE SANTAI BERSAMA TEMAN)					
	(IRFAN)	(IRFAN)	(IRFAN)	(IRFAN)	(ASTRI)	

Gambar 2 Daftar Program Radio
Tegar Beriman 95,3 FM

Proses Produksi Naskah Iklan Layanan Masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara dengan Koordinator Siaran dan para penyiar Radio Tegar Beriman 95,3 FM, proses produksi naskah iklan layanan masyarakat dilaksanakan melalui tahapan yang terstruktur. Temuan ini sejalan dengan teori Kusuma et al. (2025) dan Santika et al.

(2024) yang menyatakan bahwa proses produksi naskah iklan layanan masyarakat dilaksanakan secara sistematis melalui empat tahapan, yaitu identifikasi isu, riset audiens, penulisan naskah, serta produksi dan penyiaran.

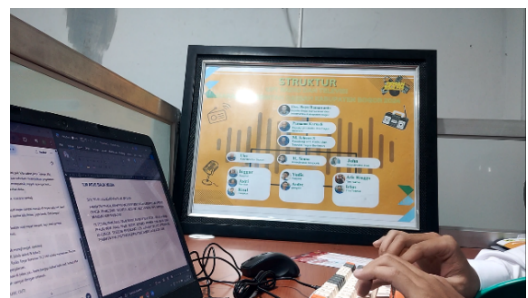
Tahap pertama adalah identifikasi isu. Proses produksi iklan layanan masyarakat di Radio Tegar Beriman 95,3 FM diawali dengan mengidentifikasi isu atau informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat. Ide maupun materi iklan layanan masyarakat dapat berasal dari dua sumber, yaitu internal dan eksternal. Dari sumber internal, materi biasanya berasal dari arahan pimpinan daerah atau kebutuhan informasi dari pemerintah daerah. Dari sisi eksternal, materi berasal dari permintaan instansi pemerintah daerah lain di Kabupaten Bogor, seperti Dinas Kesehatan, Kepolisian, Samsat, maupun OPD (Organisasi Perangkat Daerah) dan BUMD lainnya. Hal ini sesuai dengan teori bahwa identifikasi isu merupakan tahap awal penentuan tema sosial yang relevan melalui diskusi tim (Kusuma et al., 2025). Setelah isu ditentukan, koordinator siaran akan melakukan pembagian tugas,

kemudian tim yang bertanggung jawab akan merancang konsep iklan layanan masyarakat sesuai *brief* yang ada.

Tahap kedua adalah riset audiens dan pengumpulan data. Tim produksi Radio Tegar Beriman 95,3 FM terlebih dahulu mencari dan memverifikasi data terkait isu yang akan diangkat. Apabila iklan layanan masyarakat merupakan permintaan dari instansi pemerintah lain, tim akan meminta data dan informasi langsung kepada instansi terkait. Jika informasi belum tersedia secara lengkap, tim akan mencari tambahan data dari sumber resmi yang terpercaya. Proses ini mencerminkan pentingnya riset audiens agar pesan dapat disampaikan secara efektif dan mudah dipahami sesuai karakteristik pendengar (Kusuma et al., 2025). Selain itu, teknologi AI atau kecerdasan buatan juga dimanfaatkan sebagai alat bantu untuk mencari referensi ide, meskipun hasil AI tetap diverifikasi melalui sumber terpercaya sebelum digunakan.

Tahap ketiga adalah penyusunan naskah. Penyusunan naskah iklan dilakukan secara kolaboratif oleh tim penyiar dan dibantu oleh mahasiswa magang atau peserta PKL, hal ini

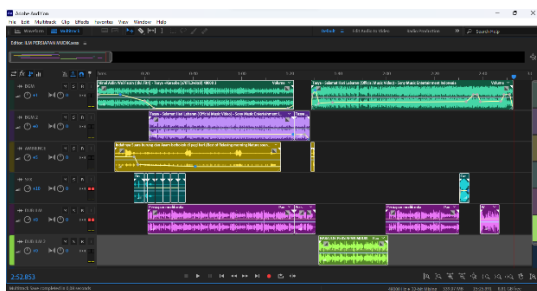
dikarenakan adanya keterbatasan sumber daya manusia. Naskah disusun dengan mengutamakan bahasa yang mudah dipahami, singkat, padat, dan komunikatif. Informasi yang terlalu panjang tidak seluruhnya digunakan, melainkan dirangkum dengan mengambil poin-poin penting agar mudah dipahami pendengar. Hal ini sejalan dengan empat elemen penting penulisan naskah iklan radio menurut Kustiawan et al. (2025), yaitu penggunaan bahasa yang mudah dimengerti, nada dan suara yang sesuai konteks, narasi yang ringkas, serta elemen audio yang mendukung.



Gambar 3 Proses Penulisan Naskah Iklan Layanan Masyarakat Oleh Peneliti

Tahap keempat adalah produksi dan penyiaran. Setelah naskah selesai, dilakukan proses *dubbing* oleh penyiar yang disesuaikan dengan karakter naskah. Naskah formal

dibawakan dengan intonasi tegas dan resmi, sedangkan naskah bertema ringan, seperti pariwisata dan budaya dibawakan dengan gaya lebih santai. Proses *editing* audio dilakukan menggunakan aplikasi Adobe Audition sedangkan perekaman menggunakan aplikasi Audacity. Penambahan *background* dilakukan pada tahap *editing* karena tim produksi sudah membayangkan suasana yang ingin dibangun sejak proses penulisan naskah. Setelah proses *editing* selesai, iklan layanan masyarakat diperiksa oleh Koordinator Siaran dan Kepala UPT Radio dan Televisi untuk disetujui kemudian dimasukkan ke dalam playlist siaran.



Gambar 4 Proses *Editing* Audio
Naskah Iklan Layanan Masyarakat
dengan Adobe Audition

Struktur Naskah Iklan Layanan Masyarakat

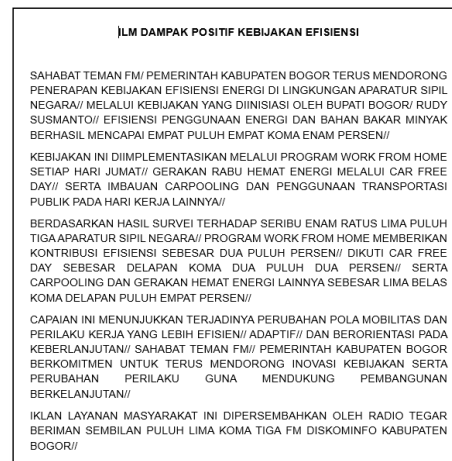
Berdasarkan keterangan penyiar, struktur naskah iklan layanan masyarakat di Radio Tegar Beriman 95,3 FM secara umum terdiri dari tiga bagian utama, yaitu pembuka, isi, dan penutup. Bagian pembuka biasanya diawali dengan sapaan khas, seperti 'halo teman FM' atau 'sahabat FM' yang berfungsi sebagai identitas dan pengenalan kepada pendengar. Bagian isi memuat informasi utama terkait isu yang disampaikan yang disesuaikan dengan topik yang telah ditentukan. Pada bagian isi juga selain menyampaikan pesan yang informatif, biasanya diselipkan ajakan secara persuasif kepada pendengar untuk melakukan suatu hal sesuai konteks naskah yang dibuat. Bagian penutup menggunakan kalimat khas yang menunjukkan bahwa iklan layanan masyarakat diproduksi oleh Radio Tegar Beriman 95,3 FM Diskominfo Kabupaten Bogor, seperti "Iklan layanan masyarakat ini dipersembahkan oleh Radio Tegar Beriman 95,3 FM Diskominfo Kabupaten Bogor". Apabila iklan merupakan permintaan instansi lain maka diubah menjadi "Iklan layanan masyarakat ini dipersembahkan oleh (nama instansi) dan didukung oleh Radio Tegar

Beriman 95,3 FM Diskominfo Kabupaten Bogor”.

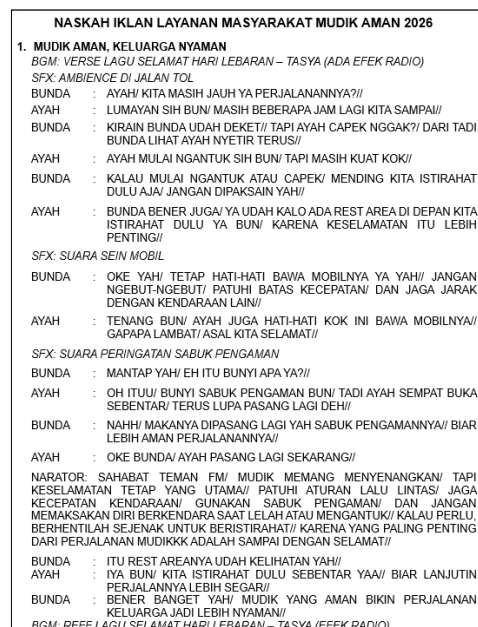
Struktur tersebut relevan dengan teori Kusuma et al. (2025) yang menyebutkan bahwa naskah iklan layanan masyarakat di radio pada umumnya meliputi pembukaan yang mampu menarik perhatian, pengenalan atau identifikasi masalah, penyampaian inti pesan, ajakan untuk bertindak, dan penutup yang memberikan kesan mendalam. Dalam praktiknya di Radio Tegar Beriman 95,3 FM, bentuk struktur naskah iklan layanan masyarakat dapat berbeda-beda tergantung jenis iklan yang diproduksi.

Berdasarkan formatnya, terdapat dua jenis penyajian iklan layanan masyarakat yaitu format narasi dan format dialog. Pada format narasi, isi iklan disampaikan secara langsung oleh penyiar tanpa adanya percakapan antartokoh dan hanya didukung oleh musik latar belakang sesuai dengan gaya naskahnya. Adapun format dialog disajikan dalam bentuk percakapan sehingga terkesan lebih santai layaknya obrolan sehari-hari, serta didukung dengan suasana atau efek suara tertentu guna menarik perhatian pendengar. Baik format narasi maupun dialog, semua iklan layanan masyarakat yang disiarkan di

Radio Tegar Beriman 95,3 FM setidaknya harus memuat unsur 5W+1H agar pesan dapat dipahami secara jelas oleh masyarakat, sebagaimana diterapkan dalam setiap materi yang disiapkan.



**Gambar 5 Contoh Naskah Iklan
Layanan Masyarakat Format Narasi**



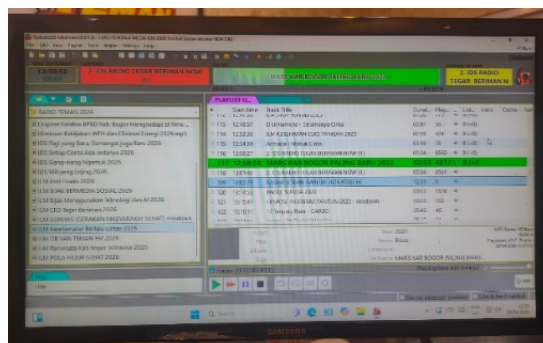
**Gambar 6 Contoh Naskah Iklan
Layanan Masyarakat Format Dialog**

Penayangan dan Durasi Iklan Layanan Masyarakat

Durasi iklan layanan masyarakat di Radio Tegar Beriman 95,3 FM bervariasi dengan durasi ideal berkisar antara satu hingga tiga menit. Iklan layanan masyarakat yang memuat informasi padat dan panjang dapat berdurasi sekitar tiga hingga empat menit, sedangkan informasi dapat dibuat lebih singkat dan padat maka durasi satu menit dianggap sudah efektif. Kebijakan ini diterapkan agar pendengar tidak merasa bosan dan informasi tetap dapat diterima secara efektif. Dalam penempatannya, iklan layanan masyarakat biasanya diselingi di antara lagu atau program lainnya, misalnya setelah dua lagu diputar akan disisipkan satu iklan layanan masyarakat. Dalam satu program berdurasi 2 jam, terdapat sekitar 10 hingga 12 iklan layanan masyarakat yang disiarkan.

Penayangan iklan layanan masyarakat di Radio Tegar Beriman 95,3 FM tidak diatur secara ketat oleh koordinator siaran, melainkan disesuaikan dengan preferensi penyiar yang sedang bertugas. Namun, iklan layanan masyarakat yang berkaitan dengan program prioritas pemerintah, seperti imbauan

pembayaran pajak, memiliki frekuensi penayangan yang lebih tinggi. Durasi penayangan iklan layanan masyarakat juga disesuaikan dengan waktu pelaksanaan kegiatan atau masa berlaku informasi.



Gambar 7 Playlist Siaran Iklan Layanan Masyarakat

Adapun komposisi siaran di Radio Tegar Beriman FM secara umum terdiri dari sekitar 70% berita, informasi, dan program siaran, sedangkan musik hanya sekitar 30%. Kebijakan ini mencerminkan fungsi utama Radio Tegar Beriman sebagai media informasi publik, bukan media hiburan semata. Kondisi ini sesuai dengan karakteristik radio sebagai media yang memiliki batasan waktu siaran dan menyajikan informasi secara global kepada masyarakat (Nasor, 2017).

Kendala dalam Proses Produksi Naskah Iklan Layanan Masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara, terdapat beberapa kendala yang dihadapi dalam proses produksi naskah iklan layanan masyarakat di Radio Tegar Beriman 95,3 FM. Kendala pertama adalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM). Penyiar tidak hanya bertugas membuat naskah, tetapi juga melakukan *dubbing*, *editing*, serta menjalankan program siaran langsung secara bersamaan. Kondisi ini menyebabkan beban kerja yang cukup besar bagi setiap penyiar. Keberadaan mahasiswa PKL atau magang cukup membantu meringankan pekerjaan tim penyiar, namun hal ini menunjukkan bahwa kapasitas sumber daya manusia (SDM) yang ada masih perlu diperkuat.

Kendala kedua adalah terbatasnya sarana dan prasarana. Ruang *dubbing* khusus yang dimiliki Radio Tegar Beriman 95,3 FM sedang dalam tahap renovasi sehingga tidak dapat digunakan. Sebagai alternatif, tim produksi menggunakan perangkat pribadi, seperti ponsel untuk melakukan proses perekaman iklan layanan masyarakat. Komputer yang digunakan untuk *editing* terkadang mengalami gangguan, terutama saat

perekaman naskah dan mengedit iklan layanan masyarakat yang panjang. Dalam kondisi mendesak, penggunaan perangkat sederhana ini menyebabkan hasil rekaman yang kurang maksimal dan terkadang menghasilkan *noise* berlebih. Kondisi ini berkaitan langsung dengan karakteristik radio yang berpotensi mengalami gangguan teknis dalam proses siarannya (Nasor, 2017).

Kendala ketiga adalah perolehan data yang akurat dan aktual. Tim produksi berupaya memastikan bahwa setiap informasi yang disampaikan kepada masyarakat akurat dan masih relevan. Misalnya, pada iklan layanan masyarakat mengenai layanan Samsat Keliling, tim produksi radio harus memastikan jadwal, lokasi, dan ketentuan layanan diperoleh langsung dari instansi terkait. Kemungkinan terjadinya miskomunikasi antara atasan dan bawahan dalam proses koordinasi produksi juga menjadi tantangan tersendiri. Kendala ini memperkuat urgensi riset audiens dan verifikasi data sebagai tahapan penting dalam proses produksi naskah iklan yang berkualitas.

Kendala keempat berkaitan dengan faktor kondisi penyiar. Kesehatan penyiar turut memengaruhi

kualitas produksi iklan layanan masyarakat. Ketika penyiar dalam kondisi kurang sehat, hasil *dubbing* tentu berbeda dibandingkan saat kondisi tubuh prima sehingga dapat berdampak pada kualitas penyampaian pesan kepada pendengar. Selain itu, revisi internal cukup sering dilakukan dalam proses produksi. Terdapat iklan yang harus ditarik dari siaran akibat belum memenuhi ketentuan instansi pemohon. Hal ini menyebabkan seluruh proses produksi harus diulang dari awal.

Respons Pendengar terhadap Iklan Layanan Masyarakat

Berdasarkan hasil evaluasi internal dan keterangan dari seluruh informan, respons masyarakat terhadap iklan layanan masyarakat yang disiarkan oleh Radio Tegar Beriman 95,3 FM dinilai sangat positif dan antusias. Masyarakat merasa terbantu karena memperoleh informasi yang akurat, khususnya terkait pelayanan publik dan program pemerintah daerah. Iklan layanan masyarakat yang mendapat respons paling baik antara lain informasi mengenai mitigasi kebencanaan, layanan Samsat Keliling, informasi kesehatan, dan kegiatan *car free day*.

Pendengar cukup aktif memberikan tanggapan maupun pertanyaan terkait informasi yang mereka dengar dari iklan layanan masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Indikator keberhasilan iklan layanan masyarakat dapat dilihat dari respons masyarakat secara langsung maupun tidak langsung, misalnya meningkatnya jumlah masyarakat yang datang ke layanan publik setelah informasi tersebut disiarkan melalui radio. Hal ini membuktikan bahwa iklan layanan masyarakat yang diproduksi Radio Tegar Beriman 95,3 FM berhasil menjalankan fungsinya sebagai instrumen strategis untuk menyebarluaskan pesan yang mendorong perubahan sosial, sebagaimana dikemukakan oleh Kusuma et al. (2025). Selain menerima respons positif, pihak radio juga terbuka terhadap kritik dan masukan dari masyarakat maupun rekan-rekan di Dinas Komunikasi dan Informatika untuk terus meningkatkan kualitas produksi iklan layanan masyarakat. Keberhasilan penyampaian pesan ini mencerminkan bahwa iklan layanan masyarakat yang dirancang dengan baik mampu mendorong perubahan sikap dan perilaku masyarakat, sesuai dengan tujuan utama iklan layanan

masyarakat sebagai sarana komunikasi sosial yang nonkomersial (Galihleo et al., 2025).

D. Kesimpulan

Proses produksi naskah iklan layanan masyarakat di Radio Tegar Beriman 95,3 FM dilaksanakan secara sistematis melalui empat tahapan yang saling berkesinambungan, yaitu identifikasi isu, riset audiens dan pengumpulan data, penyusunan naskah, serta produksi dan penyiaran. Setiap tahap saling berkaitan dan menentukan kualitas pesan yang disampaikan kepada masyarakat. Temuan ini sejalan dengan teori Kusuma et al. (2025) dan Santika et al. (2024) yang menyatakan bahwa produksi naskah iklan layanan masyarakat yang efektif memerlukan alur kerja yang terstruktur dan terencana. Naskah disusun dengan mengutamakan bahasa yang mudah dipahami, singkat, padat, jelas, dan komunikatif, serta memperhatikan unsur 5W+1H (*what, who, where, when, why, how*) agar pesan dapat diterima secara jelas oleh pendengar. Struktur naskah secara umum meliputi bagian pembuka dengan sapaan khas, bagian isi yang memuat informasi utama, serta bagian penutup yang

mencantumkan identitas lembaga penyiaran. Format yang digunakan untuk penyusunan naskah terbagi dua yaitu format narasi dan format dialog.

Dalam pelaksanaannya, Radio Tegar Beriman 95,3 FM menghadapi sejumlah kendala yang memengaruhi kualitas produksi naskah iklan layanan masyarakat. Kendala utama meliputi keterbatasan sumber daya manusia, kondisi sarana dan prasarana yang belum optimal akibat renovasi ruang *dubbing*, serta tantangan dalam perolehan data yang akurat dan aktual dari instansi terkait. Selain itu, kondisi kesehatan penyiar dan proses revisi yang berulang juga turut memengaruhi efisiensi produksi secara keseluruhan.

Terlepas dari kendala yang ada, iklan layanan masyarakat yang disiarkan oleh Radio Tegar Beriman 95,3 FM mendapat respons yang positif dari masyarakat, yang tercermin dari meningkatnya partisipasi publik terhadap layanan pemerintah daerah setelah informasi tersebut disiarkan. Hal ini membuktikan bahwa iklan layanan masyarakat yang dirancang dengan baik mampu menjalankan fungsinya sebagai instrumen komunikasi sosial yang mendorong perubahan sikap dan perilaku masyarakat, sebagaimana

dikemukakan oleh Galihleo et al. (2025) dan Kusuma et al. (2025).

Penelitian ini merekomendasikan agar Radio Tegar Beriman 95,3 FM melakukan penguatan kapasitas sumber daya manusia (SDM) serta peningkatan sarana dan prasarana produksi agar proses produksi iklan layanan masyarakat dapat berjalan lebih optimal dan menghasilkan output yang berkualitas tinggi. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan agar kajian dilakukan dengan cakupan yang lebih luas, misalnya dengan membandingkan proses produksi iklan layanan masyarakat di beberapa radio publik daerah, serta mengukur tingkat efektivitas pesan secara kuantitatif terhadap perubahan perilaku masyarakat sebagai penerima informasi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Aisyah, S., Ali, Y., Sudarsono, A., Sovianti, R., Febrianty, Sitanggang, A. O., Alfathoni, M. A. M., Hendra, & Rosita, Y. D. (2021). *Dasar-Dasar Periklanan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Hadi, I.P., Wahjudianata, & Indrayani, I. I. (2021). *Komunikasi Massa*. Pasuruan: Qiara Media.

Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). *Metode Penelitian*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.

Setyawan, H. (2017). *Buku Ajar Penulisan Naskah Iklan (Radio & Televisi)*. Yogyakarta: Akademi komunikasi Indonesia.

Sucipta, J. A. W., Purwanti, S., Baihaky, R., Djaya, T. R., Nurliah, Kristian, D., Khairifa, F., Simamora, J., & Baskoro, S. E. (2025). *Komunikasi Massa: Buku Ajar*. Yogyakarta: Star Digital.

Jurnal :

Galihleo, M. G., Umariyah, N. A., Nugroho, N. A., Farez, R., & Suryasuciramadhan, A. (2025). Iklan layanan masyarakat dalam mempengaruhi opini publik. *Dialogika*, 1(3), 76-85.

Kustiawan, W., Balqis, F. D., Hakim, F., Siregar, R. H., & Hasibuan, M. R. (2023). Rules & regulation commercial and noncommercial education radio. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 5179-5184.

Kustiawan, W., Loka, G. V., Nabila, V., Sudarmansyah, H. M. A., Tanjung, A. H., Verdiansyaf, A., & Febriansyah, R. (2025). Radio copywriting style. *Jurnal Kajian Agama Islam*, 9(1), 13-19.

Kustiawan, W., Nasution, A., Sari, D. P., Simbolon, J., Muliyani, S., & Wisfa,

- W. (2022). Radio sebagai proses komunikasi massa. *Juitik*, 2(1), 78-84.
- Kusuma, A., Martha, A., Sihotang, M. H., Subagia, E. B., & Kusumadinata, A. A. (2025). Produksi naskah iklan layanan masyarakat pada Program Mozaik Indonesia di Radio Republik Indonesia Bogor Pro 1. *JP2N*, 1(1), 90-99.
- Nasor, M. (2017). Optimalisasi fungsi radio sebagai media dakwah. *Al-Adyan*, 12(1), 105-128.
- Santika, M. F., Nasution, N. C. R., Susanto, N. P., Luthfiyyahningtyas, & Daulay, A. J. (2024). Tahapan produksi iklan layanan masyarakat dan filler dalam Radio Republik Indonesia (RRI) Medan. *Karya*, 4(3), 97-101.
- Simamora, N., Sihombing, M. U. S., Hia, N., & Saragih, F. V. J. (2021). Analisa proses produksi program siaran berita di LPP (Lembaga Penyiaran Publik) RRI (Radio Republik Indonesia) Medan dalam meningkatkan daya tarik pendengar. *Tekesnos*, 3(2), 271-279.
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami sumber data penelitian: primer, sekunder, dan tersier. *Jurnal Edu Research*, 5(3), 110-116.