

**LAPORAN HASIL MAGANG
PT RADIO SUARA GONTOR
KABUPATEN PONOROGO**



PESERTA

MUHAMMAD SHIDQI MASYAIL

422021522044

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS HUMANIORA

UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR

1446 H/2024 M

LEMBAR PENGESAHAN



Faculty of Humanities

كلية العلوم الإنسانية

LEMBAR PENGESAHAN

NAMA MAHASISWA : Muhammed Shadyq Muryati
NIM : 422021522044
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL KEGIATAN : Magang
INSTANSI : PT Radio Suara Gontor FM
MASA KEGIATAN : 17 Juli – 28 Agustus 2024

Perorangan, 30 November 2024

Ketua Program Studi

Dosen Pembimbing

Bambang Setyo Utomo, M.I. Kom
NID. 190737

Bambang Setyo Utomo, M.I. Kom
NID. 190737

Mengendali,
Dekan Fakultas Humaniora



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Latic, M.A
NID. 180643

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, puja dan puji syukur senantiasa kita panjatkan kepada-Nya yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, kelapangan waktu, kemudahan, dan kelancaran kepada mahasiswa, sehingga dapat menyelesaikan laporan magang ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

Mahasiswa menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan laporan ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini perkenankanlah mahasiswa mengucapkan terima kasih kepada:

1. K.H. Hasan Abdullah Sahal, Prof. Dr. K.H. Amal Fathullah Zarkasyi, M.A., Drs. K.H. M. Akrim Mariyat, Dipl.A.Ed., selaku Pimpinan Pondok Modern Darussalam Gontor, yang telah memberikan inspirasi dan dukungan moral.
2. Prof. Dr. KH. Hamid Fahmy Zarkasyi, M.A.Ed., M.Phil., selaku Rektor Universitas Darussalam Gontor, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk melaksanakan program magang ini.
3. Al-Ustadz Dr. Mohamad Latief, M.A., selaku Dekan Fakultas Humaniora Universitas Darussalam Gontor, yang telah memberikan arahan dan dukungan akademik.
4. Al-Ustadz Bambang Setyo Utomo, M.I. Kom., selaku Dosen Pembimbing Lapangan, yang selalu mengarahkan dan mendidik dalam kegiatan magang ini.

Mahasiswa menyadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, mahasiswa memohon maaf jika terdapat kesalahan maupun kekeliruan dalam penggunaan kata atau tata cara penyusunan laporan ini. Mahasiswa sangat menghargai kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan laporan ini di masa mendatang.

Ponorogo, 3 Januari 2025

Penyusun

Muhammad Shidqi Masyail

NIM. 422021522044

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR LAMPIRAN	v
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan Magang	4
C. Manfaat Magang	5
BAB II	6
DESKRIPSI HASIL KEGIATAN	6
A. Gambaran Umum Tempat Kegiatan	6
B. Hasil Kegiatan Magang	13
C. Pembahasan	32
BAB III	50
PENUTUP	50
Kesimpulan	50
Daftar Pustaka	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. File audio iklan Suargo FM beserta transkrip dalam satu dokumen Word.....	20
Gambar 2. Screenshot Aplikasi Celtx dalam penyusunan naskah iklan	21
Gambar 3. Proses syuting iklan Gambia Department Store.....	23
Gambar 4. Proses Syuting Iklan Asia Fotokopi	25
Gambar 5. Proses Editing Iklan KUK Besi.....	27
Gambar 6. Suasana Mentoring materi Broadcasting bersama Penyiar Suargo FM	29
Gambar 7. Proses Siaran Suargo FM secara Live pada Platform Instagram di Akun Suargo FM.....	31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Curriculum Vitae (Cv)	60
Lampiran 2. Surat Tugas Magang	61
Lampiran 3. Surat Penghantar Magang.....	62
Lampiran 4. Form Bimbingan Magang.....	63
Lampiran 5. Form Penilaian Kegiatan Magang	64
Lampiran 6. Surat Balasan Permohonan Magang.....	65
Lampiran 7. Luaran Hasil Magang	66
Lampiran 8. Dokumentasi Foto Magang	67

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perguruan tinggi merupakan jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program pendidikan diploma, sarjana, magister, spesialis dan doktor yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi.¹ Di dalam perguruan tinggi terdapat istilah Tri Dharma Perguruan Tinggi sebagai landasan visi sebuah universitas. Tri Dharma Perguruan Tinggi merupakan konsep yang mencakup tiga poin penting. Pertama, pendidikan dan pengajaran yang bertujuan untuk membentuk pribadi sesuai pedoman yang berlaku serta mengembangkan potensi mahasiswa. Kedua, penelitian dan pengembangan untuk menciptakan Sumber Daya Manusia yang kreatif, cerdas, dan kritis. Dan ketiga, pengabdian kepada masyarakat melalui kegiatan untuk membantu masyarakat dan mengembangkan semangat pengabdian mahasiswa. Dengan menerapkan ketiga poin ini, perguruan tinggi dapat berkualitas dan menjadi harapan besar bagi kemajuan bangsa.

Universitas Darussalam (UNIDA) Gontor merupakan perguruan tinggi waqaf yang berada di bawah naungan Pondok Modern Darussalam Gontor. Oleh sebab itu, dalam melaksanakan Tri Dharmanya, UNIDA Gontor mempertahankan visi, misi, dan jiwa pesantren. UNIDA Sebagai perguruan tinggi pesantren, UNIDA Gontor telah melewati perjalanan institusional yang panjang. Didirikan untuk pertama kali pada tahun 1963 dengan nama Institut Pendidikan Darussalam (IPD), kemudian berubah menjadi Institut Studi Islam Darussalam (ISID) pada tahun 1994, dan akhirnya menjadi UNIDA Gontor pada tahun 2014 melalui Surat Keputusan Menteri Pendidikan Nomor 197/E/O/2014 tentang Izin Pendirian Universitas Darussalam Gontor. Selama perjalanan sejarah itu, berbagai prestasi dan kontribusi kepada umat Islam, agama, bangsa dan negara telah diberikan, dan akan terus dimaksimalkan.²

¹ UU No. 20 Tentang Sistem Pendidikan Nasional, 2003 :20

² <https://unida.gontor.ac.id/en/about/>

Berbagai program studi ditawarkan di Universitas Darussalam Gontor, termasuk Program Studi (Prodi) Ilmu Komunikasi. Prodi ini berada di bawah naungan Fakultas Humaniora UNIDA Gontor. Berdiri sejak tanggal 4 Juli 2014 melalui SK pendirian 197/E/O/2014. Prodi ini sudah terakreditasi Baik Sekali, melalui SK Nomor 1154/SK/BAN-PT/Akred/S/II/2022 SK tersebut berlaku hingga bulan Februari Tahun 2027. Secara lebih spesifik lulusan Prodi Ilkom UNIDA Gontor didesain untuk menjadi Public Communications Servis, Public Relations, Reseacher dan Broadcaster yang berjiwa Islami. Guna mewujudkan hal tersebut prodi Ilkom sejak tahun 2020 menerapkan kurikulum berbasis OUTCOME BASED EDUCATION (OBE). Mahasiswa wajib menempuh mata kuliah sebesar 148 SKS selama delapan (8) semester. Selain itu, Prodi Ilkom UNIDA Gontor memiliki ciri khas yakni mengintegrasikan Ilmu Komunikasi dengan Islamisasi Ilmu.³

Dalam mewujudkan visi tersebut, maka mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi diharuskan bisa memahami berbagai teori dan ilmu komunikasi kemudian dapat mengimplementasikannya sebagai praktik dalam menerapkan apa yang dipelajari sebelumnya. Wadah untuk menerapkan tersebut terwujud ke dalam program Magang dimana mahasiswa terjun langsung ke dalam dunia kerja terkhusus dalam bidang komunikasi, seperti broadcasting dan public relationship, dengan didampingi orang-orang yang telah berpengalaman guna mementori dan ikut mengawasi sebagai tolak ukur nilai dari setiap mahasiswa magang, agar mahasiswa dapat mengukur seberapa mampu ia dapat mengimplementasikan hasil belajarnya.

Magang adalah kegiatan wajib yang dilakukan oleh mahasiswa program sarjana (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi Humaniora Universitas Darussalam Gontor, dengan melakukan kegiatan belajar dan latihan lapangan di suatu lembaga/organisasi/fasilitas selama (minimal) satu bulan penuh, untuk belajar dan memahami lebih terkait aktivitas akademik dan praktik komunikasi⁴. Manfaat magang bagi mahasiswa yaitu sebagai wadah serta media pendukung untuk akademis-praktis seorang mahasiswa untuk dapat berkreasi dan memunculkan inovasi dalam kegiatannya, sehingga diharapkan dapat memberikan manfaat,

³ <https://ilkom.unida.gontor.ac.id/sekilas/>

⁴ Muhammad Luthfi, Bambang Setyo Utomo, and Nurhana Marantika, *Buku Pedoman Magang* (Ponorogo, Jawa Timur, 2020).

dampak yang besar baik dalam perihal perencanaan penelitian, jaringan relasi kerja dan minat dalam menekuni karir profesi.⁵

Sebagaimana yang dipelajari di Prodi Ilmu Komunikasi yang mencakup berbagai mata kuliah yang relevan dengan kebutuhan industri media, dua diantaranya Komunikasi Massa dan Manajemen Periklanan. Komunikasi massa adalah sebuah proses dimana pesan-pesan yang diproduksi secara massal/tidak sedikit itu disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim dan heterogen melalui media massa, yang meliputi media cetak, radio, televisi, hingga platform digital.⁶ Mata kuliah ini juga membahas bagaimana komunikasi massa memengaruhi masyarakat, jenis-jenis media massa, serta tujuan utamanya dalam menyebarkan informasi, hiburan, pendidikan, dan pesan persuasif.

Di sisi lain, Manajemen Periklanan menitikberatkan upaya untuk mengelola kegiatan mengiklankan suatu produk dengan melibatkan fungsi-fungsi manajemen di dalamnya seperti perencanaan, produksi, dan distribusi iklan agar mampu menarik perhatian audiens serta mendukung keberhasilan sebuah perusahaan dalam mencapai tujuan pemasaran.⁷

Dalam rangka memenuhi kewajiban program magang, mahasiswa berkesempatan untuk menjalani praktik lapangan di Suara Gontor (Suargo) FM yang merupakan salah satu media da'wah yang berada di bawah naungan Yayasan Perluasan dan Pengembangan Wakaf Pondok Modern (YPPWPM), Pondok Modern Darussalam Gontor yang berbasis radio multiplatform media digital. Radio ini dikelola oleh para guru yang memiliki passion dalam dunia broadcasting yang menyajikan berbagai menu acara, musik yang islami, motivasi, hingga tanya jawab seputar Islam.⁸ Selain itu juga untuk menarik audies, radio ini juga memposting konten-konten yang relevan dan menarik tentang Pondok Modern Darussalam Gontor. Dengan menggunakan berbagai platform, Suargo FM berupaya untuk

⁵ Fauzia, R. (2015). Pengaruh Magang terhadap Perkembangan Kepribadian Mahasiswa (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).

⁶ Nurudin. (2007). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. Hal (?)

⁷ Yulianita. (2019). *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktik*. Bandung: Penerbit Alfabeta. Hal (?)

⁸ <https://gontor.ac.id/suargo-fm/>

menyampaikan pesan-pesan positif dan edukatif, terutama kepada kalangan santri dan masyarakat umum.

Sebagai media massa, salah satu sumber pendapatan Suargo FM adalah iklan. Namun, dalam industri media, tantangan besar yang sering muncul adalah bagaimana menghasilkan konten iklan yang menarik dan efektif sehingga dapat meningkatkan minat audiens serta memperkuat posisi Suargo FM sebagai pilihan bagi pengiklan. Jika konten iklan kurang menarik, maka produk atau jasa yang diiklankan akan sulit untuk menarik perhatian audiens. Oleh karena itu, salah satu fokus dari program magang ini adalah pada pengembangan produksi iklan di Suargo FM, di samping juga mempelajari sistematika penyiaran yang diterapkan.

Mahasiswa memilih Suargo FM sebagai tempat magang karena minat dalam mempelajari proses manajemen periklanan secara lebih mendalam, mulai dari tahap penulisan naskah, pengeditan, hingga publikasi dan pemasaran. Selain itu, saya juga tertarik untuk mengembangkan keterampilan penyiaran sesuai dengan standar penyiaran nasional, mengingat bahwa Suargo FM telah melahirkan banyak penyiar dan MC yang berhasil berkarier di tingkat nasional. Kesempatan ini diharapkan dapat memperluas wawasan saya dan meningkatkan keterampilan praktis di bidang periklanan dan penyiaran.

Dengan demikian, melalui pengalaman praktis di Suargo FM, mahasiswa berharap dapat mempraktikkan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan serta memberikan kontribusi yang positif bagi Suargo FM, khususnya dalam hal pengembangan iklan dan penyiaran.

B. Tujuan Magang

Tujuan dari kegiatan magang ini adalah:

1. Mengaplikasikan pengetahuan yang didapat selama masa perkuliahan di Program Studi Ilmu Komunikasi UNIDA Gontor dalam situasi dunia nyata.
2. Meningkatkan keterampilan teknis dalam penulisan naskah, produksi, dan pengelolaan iklan.
3. Memahami dinamika dan tantangan yang dihadapi dalam industri media dan periklanan.

C. Manfaat Magang

Kegiatan magang ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Mahasiswa

- a. Memungkinkan mahasiswa untuk menerapkan teori yang telah dipelajari dalam konteks praktis
- b. Memberikan wawasan yang lebih baik tentang praktik dan tren dalam industri komunikasi dan periklanan.

2. Manfaat bagi Universitas

- a. Memberikan masukan untuk pengembangan kurikulum dan sumber daya manusia sesuai dengan tuntutan dunia kerja
- b. Mendorong mahasiswa untuk aktif terlibat dalam pengalaman belajar yang lebih komprehensif.

3. Manfaat bagi Perusahaan

- a. Mendapatkan kontribusi pemikiran dan hasil kerja positif dari mahasiswa magang.
- b. Menyediakan sarana untuk menyaring dan mengobservasi kemampuan serta kompetensi mahasiswa

BAB II

DESKRIPSI HASIL KEGIATAN

A. Gambaran Umum Tempat Kegiatan

1. Sejarah Singkat PT. Suara Gontor FM

PT. Suara Gontor FM, atau lebih dikenal dengan nama Suargo FM, merupakan salah satu unit usaha milik Pondok Modern Darussalam Gontor yang bergerak di bidang penyiaran dakwah Islam. Didirikan pada tahun 2005, Suargo FM sejak awal berkomitmen menjadi media yang menyampaikan nilai-nilai Islam dan informasi pendidikan kepada masyarakat luas. Stasiun radio ini awalnya berlokasi di Gedung Saudi 6, Lantai 2. Kemudian seiring dengan pembangunan pondok yang begitu masif, salah satunya dibangun menara di samping masjid Jami', pada tahun 2019 Suargo FM pindah ke Menara Masjid Jami' di Lantai 3, lokasi strategis dimana bagian yang mengurus media pondok dijadikan satu tempat untuk semakin memperkuat identitasnya sebagai media Gontor.

Dalam perkembangannya, Suargo FM tidak hanya terpaku pada siaran konvensional. Memanfaatkan kemajuan teknologi, sejak tahun 2015, Suargo FM mulai merambah layanan audio streaming, sehingga dapat diakses oleh pendengar dari berbagai wilayah tanpa batas geografis. Inisiatif ini merupakan langkah besar yang menunjukkan adaptasi Suargo FM terhadap perubahan teknologi media. Terlebih, pada tahun 2021, Suargo FM bergabung dengan Radio Garden, yang memungkinkannya untuk memperluas jangkauan siaran ke area yang lebih luas.⁹

Selain kualitas siaran dan komitmen dakwahnya, Suargo FM juga memiliki aspek legalitas yang kokoh. Didirikan secara sah dengan Akta Notaris yang disahkan oleh Notaris Hartati Hadiwijaya, SH., No. 11 pada tanggal 6 Juli 2005, Suargo FM juga mendapatkan pengesahan badan hukum dari Menteri Hukum dan HAM Republik Indonesia dengan No. C-22453 HT.01.01.TH.2005. Untuk memperkuat operasionalnya, stasiun ini mengantongi Izin Stasiun Radio (ISR)

⁹ Kliping Profil PT Radio Suara Gontor

dengan nomor 01674125-000SU/2020132014, memastikan bahwa setiap siaran yang dilakukan sesuai dengan regulasi yang berlaku.¹⁰

Radio Suara Gontor (SUARGO) FM 100,9 MHz merupakan media dakwah yang dirancang oleh Pondok Modern Darussalam Gontor sebagai sarana untuk menyebarkan nilai keislaman, keilmuan hingga kehidupan kepada masyarakat luas. Didirikan pada tahun 2005, radio ini bertujuan menjadi wadah penyiaran yang mengemban dan menjaga cita-cita serta nilai-nilai yang diwariskan oleh para kyai, sesuai dengan arah dan tujuan pendidikan Pondok Modern Darussalam Gontor.

Pada tahun 2019, seiring dengan renovasi Menara Masjid Jami', Radio SUARGO dipindahkan ke lantai tiga menara ini guna memaksimalkan peran serta fungsinya dalam dakwah. Langkah ini mencerminkan perhatian dan harapan besar Pondok Modern Darussalam Gontor terhadap kemajuan serta perkembangan media dakwah pesantren dalam menghadapi perkembangan zaman.

Menghadapi era konvergensi media, Suargo FM terus mengembangkan diri dengan memperluas jangkauan. Melalui platform streaming sejak 2015 dan bergabung di Radio Garden pada 2021, jangkauan siaran Suargo FM tidak lagi terbatas hanya pada area lokal, melainkan sudah mencakup audiens internasional. Berbekal slogan “Jaya di udara, abadi di hati dari Gontor Menyapa Indonesia,” Suargo FM tidak hanya berupaya menjadi media yang kuat dalam menyampaikan nilai-nilai Islami dan edukasi tetapi juga menciptakan kesan mendalam bagi para pendengarnya.

Suargo FM juga membangun citra sebagai Radio Dakwah dan Informasi, dengan sajian program yang informatif, edukatif, dan menghibur. Komposisi segmen siaran dirancang proporsional dengan pembagian 30% dakwah, 25% informasi, 25% hiburan, dan 20% iklan. Program-program ini disusun dalam dua kategori utama, yaitu Program Harian dan Prime Moment, untuk memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, serta spiritual pendengar secara menyeluruh. Dengan kombinasi konten yang relevan dan menarik ini, Suargo FM memperkuat perannya sebagai media dakwah yang berdaya jangkau luas dan berkesan mendalam bagi masyarakat.

¹⁰ Profil Perusahaan PT Radio Suara Gontor berbentuk PPT.

2. Visi dan Misi PT. Suara Gontor FM

a. Visi

“Menjadi Radio Dakwah Pesantren yang Informatif, Edukatif dan Menghibur”

b. Misi

- 1) Menyiarkan informasi seputar pesantren kepada masyarakat luas
- 2) Menyediakan program-program menghibur yang berlandaskan nilai-nilai islami

3. Struktur Kepengurusan PT Suara Gontor. FM

PT. Suara Gontor FM memiliki struktur organisasi dengan tugas dan tanggung jawab yang berbeda namun saling berkaitan satu sama lain. Struktur organisasi PT. Suara Gontor FM adalah sebagai berikut:

- a. Pelindung : Pimpinan Pondok Modern Darussalam Gontor
- b. General Manager : Bambang Setyo Utomo, M.I.Kom
- c. CEO : Rizvan Falah Kamil, S.Ag.
Fandi Avista Baihaqi Zein, S.I.Kom
- d. Production Staff : Muh. Nadhir Ainun
- e. Secretary Staff : Brilliant Ahmad Madusudana
- f. Marketing Staff : Muhammad Fahmi Manshuri
- g. Administration Staff : Zarofi Hawari
Muhamad Ardiansyah
- h. Technical Staff : Sayid Wildan Al Jannatan

4. Program Siaran PT Suara Gontor

PT. Suara Gontor FM mengoperasikan berbagai program unggulan yang disusun untuk mendukung misi dakwah dan edukasi yang diusung Pondok Modern Darussalam Gontor. Melalui siaran radio pada frekuensi 100,9 FM serta streaming online, Suara Gontor FM menyajikan konten yang edukatif, informatif, dan menghibur. Program harian di radio ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan rohani, kesehatan, dan gaya hidup masyarakat, dengan program-program diantaranya:

Program Harian:

1. Dzikir Pagi

- **Waktu:** 05.30 WIB
- **Isi Program:** Menyajikan rekaman dzikir, doa pagi, dan Ma'tsurat (ayat-ayat pilihan) untuk memulai hari dengan penuh keberkahan. Program ini memberikan ketenangan spiritual bagi pendengar dan membantu memulai hari dengan lantunan ayat-ayat suci yang menenangkan.

2. Shobahul Khoir

- **Waktu:** 06.00 WIB
- **Isi Program:** Program berisi segmen *Jejak Rasul dan Nabi*, *Seni Budaya dan Peradaban Islam*, *Berita Islam*, dan *Khazanah Islam*. Menyediakan informasi sejarah Islam, perkembangan budaya dan peradaban, serta berita-berita terkini dari dunia Islam.

3. Ummi

- **Waktu:** 07.00 WIB
- **Isi Program:** Menghadirkan tips kesehatan, gaya hidup, dan resep masakan Nusantara yang mudah diikuti. Program ini juga menyajikan berbagai resep makanan untuk memudahkan pendengar dalam memilih menu yang sehat dan bermanfaat.

4. Sakinah

- **Waktu:** 09.00 WIB
- **Isi Program:** Program bertema keluarga yang berfokus pada pembahasan akidah, akhlak, dan pembinaan anak. Tujuannya adalah untuk membangun keluarga yang harmonis dan berpegang pada nilai-nilai Islami.

5. Memori

- **Waktu:** 11.00 WIB

- **Isi Program:** Program yang menyajikan cerita hikmah dan motivasi hidup. Segmen ini membantu pendengar merefleksikan hidup melalui cerita-cerita inspiratif, memberikan pencerahan dan semangat dalam menghadapi tantangan hidup.

6. Mutiara Hikmah

- **Waktu:** Kondisional
- **Isi Program:** Rekaman mahfudzat atau kata-kata mutiara yang diambil dari nasihat para ulama dan tokoh bijak. Segmen ini bertujuan memberikan panduan moral dan kebijaksanaan dalam kehidupan sehari-hari.

7. Coffee Break

- **Waktu:** 21.00 WIB
- **Isi Program:** Dilengkapi dengan kutipan bijak dan hikmah kehidupan, *Coffee Break* memberikan motivasi dalam bentuk singkat dan menghibur, cocok untuk menemani waktu istirahat siang para pendengar.

Program Prime Time:

1. NGANTRI (Ngobrol Bareng Santri)

- **Waktu:** Ahad sore, pukul 16.15-17.15
- **Isi Program:** Acara ini mengundang santri untuk berbagi pengalaman hidup di pondok, membahas suka dan duka mereka dalam menimba ilmu. Program ini memungkinkan masyarakat untuk memahami kehidupan santri secara lebih mendalam.

2. Kajian Sehati (Kajian Sentuhan Hati)

- **Waktu:** Selasa malam, pukul 18.15-19.15
- **Isi Program:** Menghadirkan para guru Pondok Modern Darussalam Gontor yang menyampaikan kajian tentang nilai-nilai agama, kehidupan, dan pendidikan. Program ini bertujuan untuk

menanamkan pemahaman yang lebih mendalam tentang nilai-nilai Islam.

3. **Sapa Mitra (Menyapa Mitra Kerja)**

- **Waktu:** Kamis sore, pukul 16.15-17.15
- **Isi Program:** Memperkenalkan unit usaha Pondok Modern Darussalam Gontor kepada masyarakat, seperti Asia Photocopy, BMT La-Tansa, dan unit lainnya. Melalui program ini, pendengar dapat lebih mengenal produk dan layanan yang ditawarkan oleh mitra-mitra Suara Gontor FM.

4. **NASGOR (Nasyid Gontor)**

- **Waktu:** Kondisional (sesuai dengan jadwal kegiatan pondok)
- **Isi Program:** Program ini menampilkan personel nasyid dari berbagai kalangan santri, menyajikan pesan-pesan Islami yang terkandung dalam lirik nasyid, serta memberikan kesempatan bernyanyi (karaoke) untuk memperkenalkan lagu-lagu baru.

5. **Dirasah (Dialog Interaktif Tsaqafah dan Ma'rifah)**

- **Waktu:** Rabu pagi, pukul 09.15-10.15
- **Isi Program:** Mengundang dosen dari Universitas Darussalam Gontor atau guru senior untuk membahas tema-tema edukatif dan informatif, baik yang berkaitan dengan ilmu umum maupun ilmu agama.

6. **Gontor Translate (Tahsinu-l-Lughah)**

- **Waktu:** Sabtu sore, pukul 16.15-17.15
- **Isi Program:** Mengajarkan keterampilan bahasa, seperti kosakata dan gaya bahasa dalam bahasa Arab maupun Inggris, untuk memperkuat kemampuan linguistik santri. Program ini diselenggarakan dengan interaksi langsung dari para santri dan pengajar bahasa.

7. NGABARI (Ngaji Bareng Santri)

- **Waktu:** Rabu sore, pukul 16.30-17.30
- **Isi Program:** Berfokus pada pembenaran bacaan Al-Quran, tajwid, murattal, serta melatih santri dalam belajar naghah, adzan, dan mujawwadah. Program ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan penguasaan tajwid.

8. NGANTOR (Ngobrol Langsung di Acara Gontor)

- **Waktu:** Sesuai jadwal acara pondok
- **Isi Program:** Meliput kegiatan di Pondok Modern Darussalam Gontor secara langsung, dengan menghadirkan wawancara langsung dengan para santri dan guru yang berpartisipasi dalam acara tersebut.

Sebagai bagian dari penyebaran dakwah dan informasi, PT. Suara Gontor FM telah berkembang dengan mencakup audiens yang lebih luas, baik di Indonesia maupun internasional, dengan pendengar dari berbagai negara seperti Saudi Arabia, Mesir, Eropa, dan Brunei Darussalam. Dengan total pendengar sebanyak 2200 orang setiap bulannya, Suara Gontor FM terus memperkuat jangkauan dakwahnya melalui media radio dan teknologi digital. Kehadiran Suara Gontor FM di media sosial seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, dan Twitter memperluas akses informasi serta interaksi dengan pendengar, memperkuat posisi Suara Gontor FM sebagai media yang dinamis dan adaptif dalam menghadapi tantangan komunikasi era digital.

B. Hasil Kegiatan Magang

1. Uraian Kegiatan

Pelaksanaan Program Magang di PT Suara Gontor (Suargo FM) dimulai pada tanggal 15 Juli sampai 24 Agustus 2024 pada pukul 13.00 hingga pukul 19.00 WIB setiap harinya. Mengingat lokasi PT Suara Gontor berada di lingkungan pondok pesantren, maka hari kerja berlangsung dari Sabtu hingga Rabu. Sementara itu, pada hari Kamis dan Jumat kegiatan diliburkan. Adapun kegiatan yang dilaksanakan oleh mahasiswa selama program magang berlangsung adalah sebagai berikut:

No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Tempat	Hasil Kegiatan	Keterangan
1	Senin, 15 Juli 2024	Pengarahan, pemberian list tugas, pengenalan tempat kerja, bertemu senior staf Akhi Fandi & Akhi Kamil	Suargo FM	Mendapatkan pengarahan dan pemahaman tentang tugas magang	Manajemen Organisasi
2	Selasa, 16 Juli 2024	Mentrasnkrip audio iklan Suargo (8 iklan)	Suargo FM	Transkrip 8 iklan selesai	Editing Audio
3	Rabu, 17 Juli 2024	Melanjutkan transkrip iklan (8 iklan)	Suargo FM	Transkrip 8 iklan selesai	Editing Audio
4	Kamis, 18 Juli 2024	Libur			
5	Jumat, 19 Juli 2024	Libur			
6	Sabtu, 20 Juli 2024	Melanjutkan transkrip iklan (8 iklan)	Suargo FM	Transkrip 8 iklan selesai	Editing Audio

7	Ahad, 21 Juli 2024	Membuat skrip iklan baru berdasarkan transkrip iklan (3 naskah iklan)	Suargo FM	Skrip iklan Amidas, La Tansa Konveksi, UKK selesai	Penulisan Skrip Iklan
8	Senin, 22 Juli 2024	Validasi informasi dan revisi, kemudian pembuatan skrip iklan (4 naskah)	Suargo FM	Skrip Gambia, La Tansa Bakery, KUK Besi, dan KUK Palen selesai	Penulisan Skrip Iklan
9	Selasa, 23 Juli 2024	Validasi informasi dan revisi, kemudian pembuatan skrip iklan (3 naskah)	Suargo FM	Skrip BMT La Tansa, Asia Fotokopi, La Tansa Transport selesai	Penulisan Skrip Iklan
10	Rabu, 24 Juli 2024	Validasi informasi dan revisi, kemudian pembuatan skrip iklan (3 naskah)	Suargo FM	Skrip La Tansa Bookstore, La Tansa Resto, La Tansa Sport and Music selesai	Penulisan Skrip Iklan
11	Kamis, 25 Juli 2024	Libur			
12	Jumat, 26 Juli 2024	Libur			
13	Sabtu, 27 Juli 2024	Validasi dan revisi naskah iklan sebelumnya, persiapan presentasi	Suargo FM	Semua naskah iklan siap dipresentasikan	Penulisan Skrip Iklan

14	Ahad, 28 Juli 2024	Diskusi pemilihan iklan untuk audio-visual	Suargo FM	4 iklan terpilih untuk dijadikan audio-visual	Manajemen Organisasi
15	Senin, 29 Juli 2024	Pra-produksi iklan Gambia Department Store	Suargo FM	Penyusunan skrip dan pemilihan talen selesai	Pra-Produksi Audio-Visual
16	Selasa, 30 Juli 2024	Pengarahan talen dan taking video iklan Gambia Department Store	Gambia Department Store	Footage video selesai	Produksi Audio-Visual
17	Rabu, 31 Juli 2024	Editing video iklan Gambia Department Store	Suargo FM	Video iklan selesai dan dilaporkan	Editing Video
18	Kamis, 1 Agustus 2024	Libur			
19	Jumat, 2 Agustus 2024	Libur			
20	Sabtu, 3 Agustus 2024	Pra-produksi dan skrip iklan BMT La Tansa	Suargo FM	Skrip selesai, talen ditentukan	Pra-Produksi Audio-Visual
21	Ahad, 4 Agustus 2024	Pengarahan talen dan gladi taking iklan BMT La Tansa	BMT La Tansa	Pengambilan footage video selesai	Produksi Audio-Visual
22	Senin, 5 Agustus 2024	Editing video iklan BMT La Tansa	Suargo FM	Video iklan selesai dan dilaporkan	Editing Video

23	Selasa, 6 Agustus 2024	Revisi iklan Gambia Department Store dan pelaporan	Suargo FM	Revisi selesai, menunggu revisi BMT La Tansa	Editing Video
24	Rabu, 7 Agustus 2024	Pra-produksi dan skrip iklan Asia Fotokopi	Suargo FM	Skrip selesai, talen ditentukan	Pra-Produksi Audio-Visual
25	Kamis, 8 Agustus 2024	Libur			
26	Jumat, 9 Agustus 2024	Libur			
27	Sabtu, 10 Agustus 2024	Pengarahan talen dan gladi taking iklan Asia Fotokopi	Asia Fotokopi	Pengambilan footage video selesai	Produksi Audio-Visual
28	Ahad, 11 Agustus 2024	Editing video iklan Asia Fotokopi	Suargo FM	Video iklan selesai dan dilaporkan	Editing Video
29	Senin, 12 Agustus 2024	Revisi iklan BMT La Tansa dan pelaporan	Suargo FM	Revisi selesai, menunggu revisi Asia Fotokopi	Editing Video
30	Selasa, 13 Agustus 2024	Pra-produksi dan skrip iklan KUK Besi	Suargo FM	Skrip selesai, talen ditentukan	Pra-Produksi Audio-Visual
31	Rabu, 14 Agustus 2024	Pengarahan talen dan gladi taking iklan KUK Besi	KUK Besi	Pengambilan footage video selesai	Produksi Audio-Visual
32	Kamis, 15 Agustus 2024	Libur			

33	Jumat, 16 Agustus 2024	Libur			
34	Sabtu, 17 Agustus 2024	Editing video iklan KUK Besi	Suargo FM	Video iklan selesai dan dilaporkan	Editing Video
35	Ahad, 18 Agustus 2024	Revisi iklan Asia Fotokopi dan pelaporan	Suargo FM	Revisi selesai, menunggu revisi KUK Besi	Editing Video
36	Senin, 19 Agustus 2024	Revisi iklan KUK Besi dan pelaporan	Suargo FM	Revisi selesai	Editing Video
37	Selasa, 20 Agustus 2024	Mentoring broadcasting radio di Suargo FM	Studio Suargo FM	Mendapatkan pemahaman lebih dalam tentang siaran radio	Broadcasting
38	Rabu, 21 Agustus 2024	Praktik siaran radio dan sesi Memori	Studio Suargo FM	Berhasil melakukan praktik siaran radio	Broadcasting
39	Kamis, 22 Agustus 2024	Libur			
40	Jumat, 23 Agustus 2024	Libur			
41	Sabtu, 24 Agustus 2024	Pelaporan hasil magang dan	Suargo FM	Laporan magang selesai, penyerahan kenang-	Manajemen Proyek

	penyerahan kenang-kenangan		kenangan kepada Suargo	
--	----------------------------	--	------------------------	--

2. Luaran Hasil Kegiatan

Selama 40 hari menjalankan kegiatan magang di PT Suara Gontor (Suargo FM), terdapat luaran hasil kegiatan yang telah terealisasi dan tercapai diantaranya seagai berikut:

- a. Transkrip Audio Iklan, Tugas transkrip dilaksanakan dari tanggal 15 sampai 20 Juli 2024, dengan total 24 iklan mitra Suargo, kegiatan ini bertujuan untuk mengubahnya dari bentuk audio ke dalam bentuk teks dan memastikan keakuratan dengan melakukan tinjauan ulang secara menyeluruh.
- b. Pembuatan Naskah Iklan, Disusun sebanyak 13 naskah iklan untuk berbagai mitra Suargo berdasarkan transkrip audio yang ada, dimulai dari tanggal 21 sampai 27 Juli 2024
- c. Pembuatan Video Iklan Audio-Visual, Mitra yang mahasiswa yaitu Gambia Department Store, BMT La Tansa, Asia Fotokopi, dan KUK Besi. Kegiatan ini mencakup penyusunan naskah, pemilihan talent, pengambilan video, hingga tahap pengeditan akhir. Dimulai dari tanggal 27 Juli sampai 19 Agustus 2024.
- d. Pelatihan Broadcasting, Mendapatkan pelatihan mendalam terkait broadcasting, termasuk praktek siaran radio pada sesi MEMORI, serta teknik-teknik siaran yang profesional. Dimulai dari 20 sampai 24 Agustus 2024

3. Deskripsi Luaran Hasil Kegiatan

a. Transkrip Audio Iklan

Pada hari pertama magang di PT Suara Gontor (Suargo FM), yaitu pada hari Senin, 15 Juli 2024, mahasiswa mendapatkan arahan dari staf Suargo yaitu Akhi Rizvan dan Akhi Fandi. Kegiatan pada hari itu yaitu memberikan pengarahan, pemberian list tugas, pengenalan tempat kerja serta penjelasan terkait struktur dan fungsi PT Suara Gontor. Orientasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai peran dan operasional Suargo FM sebagai penyedia layanan media dan informasi berbasis radio.

Sebagai salah satu luaran hasil kegiatan magang, mahasiswa terlibat dalam proses Transkrip Audio Iklan yang bertujuan untuk mendokumentasikan seluruh konten iklan Suargo FM ke dalam bentuk teks. Total terdapat 24 iklan yang ditranskrip, terhitung sejak 15 sampai 24 Juli mahasiswa mulai melakukan beberapa tahapan diantaranya:

Pertama adalah mempersiapkan laptop yang digunakan untuk memutar file audio dan mencatat hasil transkrip. Aplikasi pemutar audio yang digunakan adalah Media Player guna membantu dalam memutar, memperlambat, dan mengulang bagian-bagian tertentu dari audio iklan. Selain itu, menggunakan Microsoft Word guna mencatat transkrip secara rapi, memastikan format teks yang teratur dan sesuai standar.

Kedua adalah mendengarkan audio iklan secara menyeluruh tanpa interupsi. Pemutaran awal ini dilakukan untuk memahami struktur, tempo, dan intonasi yang digunakan dalam iklan. Tahap ini penting untuk menangkap esensi dan nuansa pesan yang ingin disampaikan dalam iklan.

Ketiga, untuk meningkatkan efisiensi kerja, mahasiswa juga memanfaatkan website transkripsi audio otomatis berbasis kecerdasan buatan (AI) seperti Otter.ai atau Google Transcribe. Proses ini dimulai dengan mengunggah file audio iklan ke website transkripsi yang mendukung fitur pengenalan suara. Hasil transkripsi kemudian diekspor dalam format teks yang siap untuk diperiksa dan diolah lebih lanjut.

Keempat, setelah memperoleh transkripsi dari AI, langkah selanjutnya adalah menyunting dan menyesuaikan hasil transkrip. Mahasiswa kembali

memutar audio iklan sembari membandingkan hasil transkripsi AI dengan audio asli. Tahap ini juga mencakup pemeriksaan tanda baca, format teks, serta penyesuaian intonasi sesuai dengan kebutuhan konten iklan.

Terakhir, dalam hal format penulisan, hasil transkrip disusun dalam bentuk paragraf kemudian dikumpulkan menjadi satu file di Microsoft Word yang diberi nama “Transkrip Iklan Suargo (100%)”. Setelah peninjauan selesai, transkrip dikonsultasikan kepada mitra terkait. Tahap ini memastikan bahwa transkrip lengkap dan sesuai dengan isi iklan yang sebenarnya, sehingga dapat digunakan sebagai referensi atau rujukan dokumentasi ke depannya.



Gambar 1. File audio iklan Suargo FM beserta transkrip dalam satu dokumen Word

(Sumber: Olahan Pribadi)

b. Pembuatan Naskah Iklan.

Kegiatan selanjutnya yaitu pembuatan Naskah Iklan untuk Suargo FM. Yang dimulai pada 21 sampai 27 Juli 2024. Selama magang di PT Suara Gontor mahasiswa telah menyusun naskah iklan sebanyak 13 naskah diantaranya naskah iklan untuk Amidas, La Tansa Konveksi, UKK, Gambia Department Store, La Tansa Bakery, KUK Besi, KUK Palen, BMT La Tansa, Asia Fotokopi, La Tansa Bookstore, La Tansa Resto, La Tansa Sport and Music, La Tansa Transport. Dalam membuat naskah iklan ada beberapa langkah yang harus diperhatikan diantaranya:

Pertama, memahami karakteristik produk dan tujuan dari setiap iklan, serta menganalisis informasi yang terdapat pada transkrip audio iklan yang telah dibuat sebelumnya.

Kedua, menyusun draft naskah menggunakan aplikasi Celtx, aplikasi berbasis pembuatan naskah film sesuatu format penyusunan naskah film. Dalam penyusunan naskah, mahasiswa berusaha menangkap esensi pesan yang ingin disampaikan dan memastikan informasi disajikan secara ringkas. Setiap naskah dirancang agar sesuai dengan durasi siaran yang telah ditetapkan, sehingga pesan dapat disampaikan dengan efektif.

Ketiga, setelah draft naskah selesai yaitu proses revisi, hal ini bertujuan untuk memastikan kelancaran alur dan keakuratan informasi. Mahasiswa meninjau setiap paragraf dalam memperbaiki kesalahan penulisan serta penyesuaian panjang teks agar sesuai dengan waktu siaran. Tahap ini sangat penting untuk menjaga kualitas dan profesionalitas isi iklan.

Keempat, naskah iklan yang telah direvisi diserahkan untuk validasi oleh staf Suargo FM. Melalui proses ini, naskah iklan yang disusun diharapkan dapat meningkatkan daya tarik promosi bagi mitra Suargo FM, sekaligus memperkaya pengalaman belajar mahasiswa dalam dunia penyiaran.



Gambar 2. Screenshot Aplikasi Celtx dalam penyusunan naskah iklan

(Sumber: Olahan Pribadi)

c. Produksi Video Iklan Audio-Visual.

Pada hari Ahad, 28 Juli 2024, setelah memvalidasi naskah iklan yang telah dibuat sebelumnya, mahasiswa melanjutkan diskusi dengan staf Suargo untuk menentukan mitra yang akan dijadikan subjek dalam pembuatan video iklan audio-visual. Hasil diskusi tersebut menghasilkan empat mitra terpilih, yaitu Gambia Department Store, BMT La Tansa, Asia Fotokopi, dan KUK Besi. Adapun langkah-langkah yang direncanakan untuk setiap mitra adalah sebagai berikut:

1) Iklan Gambia Department Store

Pembuatan Iklan Gambia Department Store dimulai pada hari Senin, 29 Juli 2024 Mahasiswa memulai proses pembuatan iklan dengan meninjau ulang skrip yang pernah dibuat dan menentukan pihak-pihak yang akan terlibat dalam produksi, termasuk kameramen, editor, dan aktor atau pengisi suara (talent). Mahasiswa memilih Hamdan Yuwafi, seorang siswa kelas 6, sebagai talent. Untuk lokasi syuting, dipilih dua tempat, yaitu di depan Gedung Rabithah dan Toko Gambia. Adapun peralatan yang digunakan mencakup mikrofon untuk pengambilan audio serta kamera dari ponsel iPhone 13, selanjutnya mahasiswa memanggil talent, memberikan skrip, dan memberikan arahan terkait akting yang diperlukan.

Pada hari Selasa, 30 Juli 2024, mahasiswa memulai proses produksi video iklan berdasarkan naskah yang telah disusun sebelumnya. Dalam perannya sebagai sutradara, mahasiswa memastikan bahwa ekspresi, mimik wajah, dan gerakan tubuh para aktor sesuai dengan konsep yang telah dirancang. Selain itu, perhatian juga diberikan pada pengambilan footage tambahan guna mendukung visual iklan secara keseluruhan. Pada sore hari, mahasiswa mengarahkan talent untuk melakukan rekaman suara guna memenuhi kebutuhan pengisi suara (voice-over).

Pada hari Rabu, 31 Juli 2024, setelah seluruh bahan produksi dianggap memadai, mahasiswa melanjutkan ke tahap pengeditan dengan menyusun dan memotong footage agar sesuai dengan durasi yang direncanakan, menggunakan aplikasi Filmora Wondershare.

Proses pengeditan ini mencakup penambahan transisi, efek visual, animasi, musik latar, dan efek suara untuk meningkatkan daya tarik dan kualitas visual iklan. Setelah proses pengeditan selesai, hasil akhir dilaporkan kepada staf Suargo untuk dikonfirmasi lebih lanjut dengan pihak mitra terkait.

Dari pertemuan tersebut, mahasiswa menerima beberapa masukan yang kemudian diterapkan sebagai revisi pada iklan. Setelah revisi, iklan dilaporkan kembali untuk disetujui dan direncanakan akan diunggah di akun Instagram Suargo FM.



Gambar 3. Proses syuting iklan Gambia Department Store

2) Iklan BMT La Tansa

Pada hari Sabtu, 3 Agustus 2024, mahasiswa memulai proses pembuatan iklan BMT La Tansa dengan meninjau ulang skrip sebelumnya dan menentukan pihak-pihak yang terlibat dalam produksi, seperti kameramen, editor, dan talent. Untuk talent, mahasiswa memilih salah seorang staf BMT La Tansa, yaitu Faris Daffa. Setelah menentukan siapa saja yang akan terlibat, mahasiswa memilih lokasi syuting yaitu di kantor BMT La Tansa. Peralatan yang digunakan mencakup mikrofon untuk pengambilan audio dan kamera dari ponsel iPhone 13.

Pada hari Ahad, 4 Agustus 2024, mahasiswa memanggil talent untuk memberikan pengarahan terkait skrip dan teknik akting. Mahasiswa

juga melakukan gladi pengambilan gambar (gladi taking) agar talent lebih paham dengan naskah dan suasana yang diinginkan. Setelah sesi pengarahan dan gladi, dilakukan pengambilan video dengan memperhatikan ekspresi, gerak tubuh, dan mimik wajah talent sesuai dengan konsep iklan. Mahasiswa juga memastikan adanya footage tambahan sebagai pelengkap visual.

Pada hari Senin, 5 Agustus 2024, mahasiswa memulai proses pengeditan dengan menyusun dan memotong footage agar sesuai dengan durasi iklan. Mahasiswa menambahkan elemen-elemen seperti transisi, efek, dan musik latar untuk memperkaya visual iklan. Setelah selesai, hasil editing tersebut dilaporkan kepada staf Suargo untuk dikonfirmasi lebih lanjut oleh mitra, yaitu BMT La Tansa.

Pada Selasa, 6 Agustus 2024, mahasiswa menerima beberapa masukan dari mitra terkait dan melakukan revisi untuk menyempurnakan iklan BMT La Tansa. Setelah revisi selesai, iklan dilaporkan kembali untuk mendapatkan persetujuan akhir, dan direncanakan akan diunggah pada platform yang dikelola oleh Suargo FM.

3) Iklan Asia Fotokopi

Pada hari Rabu, 7 Agustus 2024, mahasiswa memulai proses pembuatan iklan untuk Asia Fotokopi dengan terlebih dahulu meninjau skrip yang telah disiapkan. Mahasiswa kemudian menetapkan peran dalam produksi, termasuk kameramen, editor, dan talent yang sesuai dengan konsep iklan. Mahasiswa memilih dua orang siswa yaitu Hamdan Yuwafi dan Dzafaro. Kemudian lokasi yang dipilih untuk syuting adalah di sekitar area Asia Fotokopi dan sekitar Gedung Saudi. Peralatan yang digunakan terdiri dari mikrofon untuk pengambilan audio dan kamera ponsel iPhone 13.

Pada Sabtu, 10 Agustus 2024, mahasiswa memanggil talent untuk memberikan pengarahan dan latihan akting. Setelah memberikan pengarahan tentang skrip dan menyelesaikan gladi, mahasiswa

melanjutkan dengan pengambilan gambar pada berbagai adegan sesuai storyboard. Sebagai sutradara, mahasiswa memperhatikan setiap aspek ekspresi, gerakan tubuh, dan mimik wajah talent agar sesuai dengan tujuan visual iklan. Di samping itu, footage tambahan juga diambil untuk memperkaya konten iklan.

Pada Ahad, 11 Agustus 2024, mahasiswa meminta talent untuk merekam suara sebagai voice-over, yang nantinya akan digunakan dalam iklan.

Pada Senin, 12 Agustus 2024, setelah seluruh bahan dirasa cukup, mahasiswa memulai proses editing, kemudian footage disusun dan dipotong sesuai durasi iklan, dengan tambahan transisi, efek, dan animasi. Musik latar serta efek suara juga ditambahkan untuk menghidupkan suasana iklan. Setelah proses editing selesai, hasilnya disampaikan kepada staf Suargo untuk kemudian dikonfirmasi oleh mitra Asia Fotokopi.

Baru pada hari Senin, 13 Agustus 2024, mahasiswa menerima umpan balik dari mitra dan melakukan revisi berdasarkan masukan tersebut. Setelah revisi selesai, iklan dilaporkan kembali untuk persetujuan akhir dan direncanakan akan dipublikasikan pada platform Suargo FM.



Gambar 4. Proses Syuting Iklan Asia Fotokopi

(Sumber: Kamera Pribadi)

4) Iklan KUK Besi

Pada hari Selasa, 13 Agustus 2024, mahasiswa memulai proses pembuatan iklan untuk KUK Besi dengan meninjau ulang skrip yang telah disusun dan menentukan personel produksi, termasuk kameramen, editor, dan talent. Mahasiswa memilih dua orang siswa yaitu Naufal dan Syamil. Kemudian menentukan lokasi syuting yang berada di sekitar toko KUK Besi. Untuk peralatan, mahasiswa menggunakan mikrofon untuk pengambilan audio dan kamera ponsel iPhone 13.

Pada hari Rabu, 14 Agustus 2024, mahasiswa memanggil talent untuk memberikan pengarahan terkait naskah dan ekspresi yang diinginkan. Setelah sesi pengarahan dan gladi selesai, mahasiswa melanjutkan proses pengambilan gambar berdasarkan storyboard yang sudah disusun. Dalam perannya sebagai sutradara, mahasiswa memastikan ekspresi, gerakan tubuh, dan mimik wajah talent sesuai dengan konsep visual yang diharapkan. Footage tambahan juga direkam untuk mendukung visual iklan secara keseluruhan.

Pada Sabtu, 17 Agustus 2024, setelah seluruh bahan dirasa lengkap, mahasiswa mulai mengedit footage yang telah diambil. Footage disusun dan dipotong agar sesuai dengan durasi iklan yang telah ditentukan, ditambah dengan transisi, efek, animasi, serta musik latar dan efek suara untuk menambah daya tarik visual iklan. Setelah proses editing selesai, hasilnya dilaporkan kepada staf Suargo untuk kemudian dikonfirmasi dengan mitra KUK Besi.

Pada Senin, 19 Agustus 2024, mahasiswa menerima masukan dari mitra KUK Besi terkait revisi iklan. Setelah masukan diterapkan, iklan diserahkan kembali untuk mendapatkan persetujuan akhir dan direncanakan akan diunggah di platform digital Suargo FM.



Gambar 5. Proses Editing Iklan KUK Besi

(Sumber: Screenshot dari laptop pribadi)

d. Pendalaman materi Broadcast

Pada hari Selasa, 20 Agustus 2024, mahasiswa diberi kesempatan oleh salah satu penyiar Suargo FM, yaitu Akhi Fahmi Manshuri, dimana penyiar memberikan panduan menyeluruh tentang persiapan dan pelaksanaan siaran. Untuk memulai, pentingnya kesiapan fisik dan mental penyiar sangat ditekankan, termasuk penguasaan materi dan pemahaman tentang topik yang akan dibahas. Penyiar harus mampu membawa suasana siaran dengan baik, karena kemampuan ini berperan besar dalam menarik perhatian pendengar. Dalam setiap segmen, penyiar perlu menyiapkan topik yang relevan dan menarik, sehingga dapat menjaga antusiasme serta keterlibatan pendengar sepanjang siaran.

Selain faktor penyiar, topik pembicaraan juga menjadi elemen penting dalam keberhasilan sebuah segmen. Penyiar harus memastikan topik yang diangkat relevan dengan kondisi atau kebutuhan pendengar, karena hal ini akan meningkatkan daya tarik siaran. Topik yang menarik mampu menjaga

pendengar tetap terlibat dan mengikuti alur pembicaraan dengan narasumber atau bahkan diskusi yang dilakukan. Di Suargo FM, setiap topik telah memiliki panduan dan aturan dasar, namun penyiar tetap diberikan kebebasan untuk berimprovisasi sesuai dengan situasi yang ada.

Teknologi juga memainkan peran yang signifikan dalam mendukung kelancaran siaran. Beberapa peralatan yang wajib dipersiapkan meliputi mikrofon, mixer, headphone, dan software khusus untuk mengelola siaran seperti Radio Garden. Software ini digunakan untuk merekam siaran dan menyetel musik atau lagu yang mendukung suasana. Suargo FM juga memanfaatkan Radio Garden sebagai platform streaming internasional, yang memungkinkan siaran dapat diakses oleh pendengar di seluruh dunia. Media sosial, termasuk live streaming Instagram, turut menjadi sarana yang memperluas jangkauan pendengar.

Selanjutnya, kehadiran narasumber dalam segmen tertentu memberikan dimensi yang lebih kaya pada pembahasan. Narasumber tidak hanya menambah sudut pandang yang berbeda, tetapi juga meningkatkan kredibilitas dan kedalaman diskusi. Untuk segmen-segmen seperti talk show, narasumber dihadirkan untuk memberikan informasi atau pengalaman yang relevan dengan topik yang dibahas. Namun, dalam siaran khusus seperti kajian agama, narasumber cenderung menjadi fokus utama, dengan penyiar yang bertindak sebagai fasilitator atau moderator.

Siaran di Suargo FM berlangsung sepanjang hari, mulai dari pagi hingga malam dengan berbagai tema yang disesuaikan dengan waktu dan kebutuhan pendengar. Misalnya, segmen pagi seperti "Sobahul Khair" dan "Ummi" fokus pada kisah inspiratif dan kesehatan, sementara segmen siang hingga sore mencakup topik-topik ringan serta diskusi inspiratif. Pada sore hari, terdapat segmen "Ngantri" yang dirancang khusus untuk anggota santri. Di malam hari, program ditutup dengan segmen "Cafe Break" sebagai penutup siaran yang rileks.

Penyiar juga didorong untuk mengembangkan kreativitas dalam penyampaian konten dengan dukungan dari musik dan rekaman suara, seperti nasyid dan kata-kata motivasi, yang menjadi selingan dalam siaran. Musik dan rekaman ini tidak hanya menambah warna pada siaran tetapi juga memberikan suasana yang lebih hidup dan menarik bagi pendengar. Dengan demikian, mentoring ini memberikan wawasan yang komprehensif tentang peran penyiar, pemilihan topik, penggunaan teknologi, hingga teknik menarik perhatian pendengar, yang keseluruhannya mendukung terciptanya program siaran yang dinamis dan informatif.



*Gambar 6. Suasana Mentoring materi Broadcasting bersama Penyiar Suargo FM
(Sumber: Kamera Pribadi)*

e. Praktik siaran radio sesi Memori

Pada hari hari Rabu, 21 Agustus 2024, mahasiswa mendapat kesempatan untuk menjadi penyiar dalam salah satu sesi siaran di Suargo FM, dalam segmen “Memori” ini, mahasiswa berkolaborasi dengan penyiar Suargo FM berbincang hangat mengenai berbagai kegiatan, perkembangan, serta acara yang terjadi di Pondok Modern Darussalam Gontor. Selain itu, pembicaraan juga mencakup sejarah pondok, nilai-nilai yang dijunjung tinggi di lingkungan pondok, serta pengalaman pribadi para penyiar yang berkaitan dengan tema yang sedang diangkat. Segmen ini bertujuan untuk memberikan informasi dan mempererat ikatan emosional antara pondok

dan pendengarnya, sehingga nuansa keakraban dan kekeluargaan dapat tercipta.

Selama sesi siaran, penyiar utama memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk berbagi pengalaman hidupnya sebagai santri di Kulliyatu-l-Mu'allimin al-Islamiyah (KMI). Mahasiswa pun menceritakan bagaimana sistem pendidikan di KMI dibangun dan diimplementasikan, serta menjelaskan proses Kegiatan Belajar Mengajar (KBM) yang berlangsung sehari penuh. Dalam penjelasannya, mahasiswa menguraikan bagaimana jadwal harian santri diatur secara ketat dan terstruktur, yang bertujuan untuk membentuk disiplin dan keterampilan manajemen waktu yang kuat. Selain itu, dijelaskan pula bahwa semua jadwal dan kegiatan diatur sedemikian rupa agar santri dapat mengembangkan potensi akademik dan keterampilan lainnya secara optimal.

Mahasiswa juga berbagi cerita mengenai pengalamannya ketika liburan, khususnya saat berbincang dengan pamannya yang seorang kepala sekolah. Pamannya merasa kagum dan mengapresiasi sistem yang diterapkan di KMI setelah mendengarkan cerita mahasiswa mengenai kehidupan di pondok. Pujian ini diberikan karena sistem di Gontor dinilai mampu membangun karakter, disiplin, dan kemandirian santri, sehingga menjadi suatu model pendidikan yang patut diteladani. Pengalaman tersebut memberikan kebanggaan tersendiri bagi mahasiswa, karena sistem pendidikan di pondok mampu meninggalkan kesan positif bagi orang-orang di luar lingkungan pesantren.

Mengisi sesi siaran "Memori" bersama penyiar yang sudah berpengalaman juga memberikan kesempatan berharga bagi mahasiswa untuk mempelajari teknik-teknik penyiaran secara langsung. Dalam sesi ini, mahasiswa mendapatkan pemahaman mengenai cara menjadi penyiar yang menarik namun tetap berisi. Mahasiswa belajar untuk tetap tersenyum saat berbicara, menjaga intonasi suara, serta menyiapkan materi siaran yang informatif dan relevan. Penyiar utama memberikan contoh cara

menghidupkan suasana siaran agar pendengar merasa nyaman dan tertarik untuk terus mendengarkan hingga akhir sesi.

Selain itu, mahasiswa juga mengamati bagaimana penyiar dapat terus mempertahankan alur pembicaraan tanpa kehabisan topik. Setiap topik yang dibahas mampu diperluas dengan berbagai sudut pandang, sehingga konten siaran selalu kaya dan variatif. Teknik ini tidak hanya membantu menjaga perhatian pendengar, tetapi juga membuat penyiar tetap percaya diri dalam membawakan acara. Mahasiswa menyadari bahwa keterampilan ini sangat penting dalam dunia penyiaran, terutama untuk menjaga kesinambungan dan kualitas siaran.

Pengalaman menjadi penyiar dalam sesi "Memori" ini menjadi pelajaran berharga bagi mahasiswa dalam hal teknik penyiaran dan komunikasi publik. Mahasiswa dapat mempraktikkan keterampilan berbicara secara langsung di depan audiens yang lebih luas. Pengalaman ini juga memberikan wawasan mendalam mengenai tantangan dan kepuasan yang dirasakan dalam profesi penyiaran, khususnya dalam menyampaikan informasi yang bernilai dan inspiratif kepada masyarakat. Pengalaman ini diharapkan dapat menjadi bekal bagi mahasiswa untuk mengembangkan kemampuan komunikasi yang lebih baik di masa mendatang.



Gambar 7. Proses Siaran Suargo FM secara Live pada Platform Instagram di Akun Suargo FM

C. Pembahasan

Dari hasil kegiatan selama program magang di PT Suara Gontor (Suargo) FM, mahasiswa akan membahas kegiatan yang sesuai dengan bidang ilmu komunikasi, di antaranya adalah:

a. Transkripsi dan Dokumentasi Iklan

Transkripsi adalah pengalihan tuturan (yang berwujud bunyi) ke dalam bentuk tulisan¹¹. Transkripsi adalah proses mengubah percakapan atau rekaman suara menjadi teks tertulis. Biasanya, transkripsi dilakukan untuk mendokumentasikan isi percakapan secara tertulis, sehingga mudah dibaca dan diakses kembali.

Dalam program magang di Suargo FM, kegiatan pertama yang dilakukan adalah transkripsi dan dokumentasi iklan. Proses ini dimulai dengan memutar audio iklan yang sudah ada dan mentranskripsikannya ke dalam bentuk teks tertulis. Transkripsi iklan merupakan langkah penting dalam media penyiaran, di mana setiap pesan harus diubah ke dalam format tertulis untuk tujuan dokumentasi dan referensi di masa mendatang.

Selanjutnya, transkrip yang dihasilkan perlu melewati proses editing untuk memastikan akurasi dan kualitas. Mahasiswa mendengarkan ulang setiap potongan audio dan mencocokkannya dengan teks transkrip untuk memastikan bahwa tidak ada bagian pesan yang hilang atau salah interpretasi. Tahap ini juga mencakup koreksi tanda baca, ejaan, dan format penulisan agar sesuai dengan standar dokumentasi. Kegiatan ini menuntut ketelitian, karena setiap kesalahan dapat mengubah makna pesan yang ingin disampaikan kepada audiens.

Selain untuk dokumentasi, transkrip iklan juga memiliki peran penting dalam analisis isi pesan. Dengan melihat teks tertulis, mahasiswa dapat mengidentifikasi struktur pesan, pilihan kata, serta elemen persuasif yang digunakan dalam iklan. Proses analisis ini memberikan pemahaman lebih dalam tentang cara mengkomunikasikan pesan secara efektif kepada

¹¹ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/transkripsi>

audiens, terutama dalam konteks iklan yang memiliki batasan waktu. Mahasiswa belajar bagaimana sebuah iklan dirancang untuk menarik perhatian pendengar dan menyampaikan pesan utama secara ringkas namun berkesan.¹²

Dari sudut pandang ilmu komunikasi, kegiatan transkripsi iklan ini melibatkan konsep komunikasi massa di mana pesan harus disampaikan secara jelas dan efektif kepada khalayak luas. Transkripsi adalah bentuk dokumentasi yang memungkinkan organisasi media, seperti Suargo FM, untuk menjaga konsistensi pesan di berbagai platform dan mengakses materi untuk evaluasi serta pengembangan di masa depan. Mahasiswa mendapatkan pemahaman tentang bagaimana teks tertulis dapat memperkuat pesan lisan dan memastikan bahwa tujuan komunikasi organisasi tercapai.

Melalui proses transkripsi dan dokumentasi iklan, mahasiswa juga mengasah keterampilan analitis dan keterampilan komunikasi tertulis yang penting dalam dunia kerja.

b. Pembuatan Skrip Iklan

Pada kegiatan magang di Suargo FM, pembuatan skrip iklan merupakan salah satu aktivitas utama yang dilakukan mahasiswa. Proses ini dimulai dengan memahami karakteristik produk dan jasa yang ditawarkan oleh mitra Suargo FM serta menganalisis audiens target. Dalam tahap awal, mahasiswa mengumpulkan informasi dari berbagai sumber untuk mendapatkan wawasan yang mendalam mengenai kebutuhan komunikasi yang ingin dicapai dalam iklan. Pemahaman mengenai karakteristik produk dan kebutuhan audiens sangat penting untuk merancang pesan yang efektif dan menarik.¹³

¹² Lolang, E. (2018). Transkripsi Video Youtube Untuk Meningkatkan Motivasi dan Kreativitas Berpikir Mahasiswa Dalam Pembelajaran Bahasa Inggris Matematika. *Prosiding Semkaristek*, 1(1), 82-87.

¹³ Santoso, B. (2019). Strategi Penyusunan Naskah Iklan untuk Media Radio. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 112-127.

Tahap selanjutnya adalah menyusun konsep kreatif yang akan membentuk alur pesan. Dalam konteks iklan audio, skrip harus dirancang dengan singkat, padat, dan jelas untuk memastikan pesan tersampaikan dalam durasi yang singkat. Mahasiswa belajar menyusun kata-kata yang mampu menarik perhatian sejak awal dan mempertahankan minat audiens hingga akhir.

Setelah merancang konsep awal, mahasiswa mulai menyusun draft skrip dengan memilih kata-kata yang sesuai dan gaya bahasa yang relevan dengan target audiens.¹⁴ Pada tahap ini, mahasiswa harus mempertimbangkan elemen persuasif yang dapat mendorong audiens untuk melakukan tindakan yang diinginkan, seperti membeli produk atau menggunakan jasa yang diiklankan. Dalam iklan, penting untuk menyampaikan pesan utama dengan jelas serta menciptakan panggilan untuk bertindak (*call-to-action*) yang kuat di akhir skrip.

Tahap berikutnya adalah revisi skrip, di mana mahasiswa memeriksa kembali susunan kata, nada bicara, dan struktur alur cerita. Revisi ini melibatkan perbaikan tata bahasa dan gaya penulisan, serta memastikan bahwa pesan sesuai dengan nilai dan citra mitra Suargo FM. Selain itu, mahasiswa juga mempertimbangkan respons audiens terhadap kata-kata tertentu agar skrip memiliki efek yang maksimal. Melalui pembuatan skrip, mahasiswa mendapatkan wawasan praktis tentang bagaimana sebuah ide dikemas menjadi pesan yang jelas dan efektif dalam iklan.

Dengan demikian, keterampilan yang didapat dari proses pembuatan skrip iklan memberikan mahasiswa pemahaman lebih dalam tentang peran skrip dalam menciptakan pesan persuasif. Pengalaman ini tidak hanya meningkatkan keterampilan penulisan mahasiswa tetapi juga memperluas perspektif mereka mengenai strategi komunikasi

¹⁴ Wijaya, B. S. (2017). Iklan: Strategi dan Teknik Komunikasi Kreatif. Jakarta: Penerbit Media Komunikasi.

dalam iklan, yang relevan untuk karier di bidang komunikasi dan periklanan.

c. Pembuatan Konten Iklan Audio-Visual

Iklan adalah bentuk komunikasi non-pribadi yang berbayar untuk mempromosikan ide, produk, atau layanan kepada khalayak tertentu melalui berbagai media. Menurut Kotler & Keller, iklan merupakan salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk memengaruhi keputusan konsumen secara luas. Sedangkan iklan adalah alat komunikasi yang digunakan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produk atau jasa kepada konsumen dengan cara yang persuasif.¹⁵ Tujuan utama dari iklan adalah:¹⁶

- Memperkenalkan produk baru atau mengingatkan konsumen tentang produk yang sudah ada.
- Membuat konsumen tertarik dengan produk atau layanan yang ditawarkan.
- Membujuk konsumen untuk membeli produk atau menggunakan layanan.
- Membentuk persepsi positif terhadap merek di mata konsumen.

Iklan memberikan berbagai manfaat, baik bagi perusahaan maupun konsumen, seperti:¹⁷

- Iklan yang efektif dapat meningkatkan permintaan produk di pasar.
- Iklan yang berulang dan konsisten membantu menciptakan loyalitas pelanggan terhadap merek tertentu.

¹⁵ Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

¹⁶ Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (11th ed.). McGraw-Hill Education.

¹⁷ Fill, C., & Turnbull, S. (2016). *Marketing Communications: Discovery, Creation and Conversations*. Pearson Education.

- Iklan dapat menjangkau konsumen potensial yang lebih luas melalui berbagai saluran komunikasi.
- Iklan dapat digunakan untuk memberikan informasi yang berguna kepada konsumen tentang fitur produk atau layanan.

Dari hasil magang, Sebanyak empat video iklan berhasil diproduksi oleh mahasiswa selama program magang ini, yang menjadi kontribusi signifikan bagi Suargo FM. Produksi iklan ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas konten video iklan di Radio Suargo FM, memperkuat kepercayaan mitra, serta menarik perhatian audiens. Mengingat iklan adalah salah satu sumber pendapatan utama dalam perusahaan media, peningkatan kualitas iklan ini memiliki nilai strategis bagi perkembangan Suargo FM.

Dalam bukunya Manajemen Periklanan, Rhenald Kasali membahas tentang pentingnya kualitas iklan dalam membangun kepercayaan konsumen dan meningkatkan pendapatan perusahaan. Kasali menyoroti bahwa iklan yang kreatif, relevan, dan tepat sasaran mampu meningkatkan respons positif dari audiens dan memengaruhi keputusan pembelian mereka. Dengan iklan yang baik, perusahaan dapat menciptakan kesan profesional dan kredibel di mata konsumen, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan penjualan dan loyalitas konsumen.¹⁸

Menurut Rhenald Kasali dalam bukunya Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia, terdapat beberapa analisis penting yang perlu dilakukan sebelum memproduksi sebuah iklan. Beberapa aspek analisis yang perlu diperhatikan sebelum membuat iklan meliputi:¹⁹

a) Segmentasi Pasar dan Pemahaman Audiens

Menentukan segmen pasar yang akan menjadi sasaran iklan sangat penting agar pesan iklan tepat sasaran. Dalam hal ini

¹⁸ Kasali, R. (2007). Manajemen periklanan konsep dan aplikasinya. *Jakarta: Pusaka Utama Grafiti*.

¹⁹ Ibid Hal.

mengidentifikasi segmen pasar yang homogen diperlukan upaya untuk membagi-bagi pasar yang mempunyai kesamaan karakteristik dengan menggunakan faktor-faktor atau dasar-dasar segmentasi sebagai berikut:²⁰

- Faktor demografis geografis, yaitu populasi, jaringan transportasi, iklim, tipe, komersial, pendirian ritel, media, persaingan, pola pertumbuhan, peraturan, biaya hidup.
- Faktor demografis pribadi, yaitu umur, jenis kelamin, mobilitas, penghasilan, pekerjaan, status perkawinan, besarnya rumah tangga, agama, kesukuan, dan pendidikan
- Faktor psikografis dan keperilakuan, yaitu kepribadian, sikap, manfaat produk yang diinginkan, persepsi, loyalitas merek, pengalaman menggunakan produk, tingkat penggunaan produk, struktur pembelian (informal ke formal, otonomi ke bersama), daur hidup keluarga, kelas sosial, keinovatifan, kepemimpinan opini, kepentingan membeli.

b) Tujuan dan Pesan Iklan

Setiap iklan harus memiliki tujuan yang jelas, apakah untuk meningkatkan penjualan, membangun kesadaran merek, atau memperkenalkan produk baru. Selain itu, Morrisan dalam bukunya "Komunikasi Pemasaran Terpadu" menyebutkan bahwa keberhasilan iklan juga bergantung pada penyampaian pesan yang intens dan konsisten, terutama dalam membentuk citra merek atau brand image. Strategi ini sering digunakan untuk memastikan perusahaan dapat memberikan kesan yang kuat di berbagai media pemasaran yang digunakan secara bersamaan²¹

c) Pemilihan Media yang Tepat

²⁰ Mulyana, M. (2019). Segmentasi pasar, penargetan pasar dan pemosisian.

²¹ Morrisan, M. A. (2015). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Kencana.

Mengelola pemilihan media dalam periklanan memiliki peran penting untuk memastikan pesan yang ingin disampaikan dapat dijangkau dengan efektif oleh audiens yang tepat. Menurut Shimp dan Andrews dalam *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (edisi Indonesia, 2013) menyoroti bahwa pemilihan media merupakan elemen penting dalam kampanye pemasaran terpadu yang mempertimbangkan perilaku dan karakteristik audiens untuk memaksimalkan dampak pesan iklan.²²

d) Evaluasi dan Kreativitas dalam Penyampaian Pesan

Selain itu, kreativitas dalam pengemasan pesan juga sangat penting untuk menarik perhatian audiens. Evaluasi sebelumnya mengenai bentuk iklan yang efektif akan membantu memastikan bahwa pesan dapat disampaikan dengan cara yang kreatif dan menarik. Menurut Morissan dalam bukunya *Komunikasi Pemasaran Terpadu* menjelaskan bahwa kreativitas bukan hanya tentang ide-ide baru, tetapi juga evaluasi untuk meninjau iklan-iklan sebelumnya yang berhasil. Dengan mengevaluasi efektivitas iklan yang sudah ada, pemasang iklan dapat merancang kampanye yang lebih menarik dan tepat sasaran.

e) Analisis Persaingan dan Tren Pasar

Kasali mengingatkan perlunya menganalisis pesaing dan tren pasar untuk memastikan iklan yang dibuat tidak hanya relevan, tetapi juga memiliki keunikan dan daya tarik dibandingkan dengan iklan pesaing. Bisa diambil salah satu penelitian terkait mobil listrik menunjukkan bahwa meskipun industri kendaraan listrik di Indonesia masih berada pada tahap awal, terdapat potensi pertumbuhan yang signifikan yang didorong oleh faktor-faktor tertentu, termasuk dukungan kebijakan pemerintah,

²² Shimp, T. A., & Promosi, P. (2003). *Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. *Alih Bahasa Oleh: Revyani Syahrial Dan Dyah Anikasari*. Edisi, 5.

meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan, serta perkembangan teknologi yang terus berlanjut²³

Berdasarkan analisis tersebut, sebuah iklan dapat lebih terarah dan terstruktur sehingga menciptakan kesan profesional dan kredibel di mata pemirsa.

Daripada itu Suargo FM perlu meningkatkan kualitas iklan yang akan ditampilkan dengan mengubah formatnya kedalam bentuk audio-visual, dalam membuat iklan berbentuk audio-visual ini ada beberapa tahapan yang perlu diperhatikan sejalan dengan apa yang dialami mahasiswa di Suargo ini.

a. Transkrip

Dalam proses pembuatan audio, mahasiswa diminta untuk mentranskripsikan beberapa iklan audio yang telah diproduksi sebelumnya. Kegiatan ini memiliki peranan penting dalam meninjau dan menganalisis bagaimana iklan tersebut diproduksi, tujuan yang ingin dicapai, segmentasi audiens yang menjadi target pasar, serta bentuk dan jenis iklan yang digunakan. Melalui transkripsi tersebut, mahasiswa dapat memperoleh wawasan yang lebih mendalam mengenai strategi komunikasi yang diterapkan, efektivitas pesan yang disampaikan, dan karakteristik iklan yang dapat diadaptasi untuk produksi iklan selanjutnya.

b. Pembuatan Naskah Iklan

Setelah menyelesaikan transkrip audio iklan Suargo sebelumnya, mahasiswa diminta untuk menyusun naskah iklan yang diadaptasi dari format audio tersebut. Dalam proses adaptasi ini, mahasiswa tidak hanya memperhatikan relevansi target pasar terhadap kondisi zaman saat ini, tetapi juga menerapkan ide-ide kreatif yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik iklan. Mahasiswa mengkaji

²³ Kuswardani, Y. S. (2024). Dinamika Persaingan dan Prospek Industri Mobil Listrik di Indonesia: Analisis Tren dan Implikasi. *Syntax Idea*, 6(10), 6340-6353.

karakteristik audiens yang ada serta melakukan penyesuaian agar pesan yang disampaikan lebih menarik dan tepat sasaran. Hal ini sejalan dengan prinsip-prinsip dalam periklanan modern yang menekankan pentingnya memahami perubahan tren konsumen serta menciptakan konten yang memiliki daya tarik emosional dan informatif untuk memaksimalkan efektivitas komunikasi iklan.

Dalam pembuatan naskah Iklan, mahasiswa memperhatikan prinsip-prinsip menjadi copywriter, salah satunya yang dijelaskan oleh Joseph Sugarman dalam bukunya *The Adweek Copywriting Handbook* yang mana dia memaparkan berbagai teknik praktis untuk menarik perhatian, memotivasi minat, dan mendorong audiens untuk bertindak. Berikut adalah beberapa poin utama dalam membuat skrip iklan yang baik:²⁴

a) Menarik Perhatian dengan Headline yang Kuat

Sugarman menekankan pentingnya headline sebagai titik awal yang akan menarik perhatian. Headline harus bisa langsung menangkap minat pembaca dan membuat mereka ingin tahu lebih lanjut. Headline yang efektif biasanya mengandung manfaat atau daya tarik emosional.

b) Menggunakan Gaya Penulisan Natural

Sugarman merekomendasikan gaya penulisan yang mengalir alami, seperti berbicara dengan teman. Gunakan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti. Jangan menggunakan jargon yang rumit, karena hal ini bisa membuat audiens kehilangan minat.²⁵

c) Menggunakan Alur Logis yang Mengalir

Sugarman percaya bahwa iklan harus dibangun dengan alur yang logis, mulai dari menarik perhatian hingga membuat audiens

²⁴ Sugarman, J. (2012). *The Adweek copywriting handbook: the ultimate guide to writing powerful advertising and marketing copy from one of America's top copywriters*. John Wiley & Sons.

²⁵ Ibid Hal 57-60

ingin melakukan tindakan. Dia menyarankan menggunakan elemen-elemen yang membuat pembaca merasa terdorong untuk terus membaca, seperti elemen kejutan atau fakta menarik.²⁶

d) Gunakan “The Slippery Slide” atau Teks yang Menarik dari Awal Hingga Akhir

Sugarman menggunakan konsep “slippery slide” atau “perosotan licin” untuk menjelaskan bahwa sebuah iklan harus begitu menarik sehingga pembaca terus “terperosot” membaca sampai akhir. Setiap kalimat harus mengundang pembaca untuk melanjutkan ke kalimat berikutnya tanpa jeda.²⁷

e) Ajakan Bertindak yang Kuat dan Spesifik

Sugarman menekankan pentingnya Call-to-Action (CTA) yang jelas dan kuat di akhir iklan. CTA harus langsung menunjukkan tindakan spesifik yang diinginkan, misalnya “Beli sekarang,” atau “Hubungi kami untuk penawaran terbatas ini.”²⁸

f) Mengatasi Keberatan Pembaca dengan Argumentasi yang Tepat

Sugarman juga menekankan pentingnya mengatasi potensi keberatan yang mungkin muncul dari audiens. Misalnya, jika audiens ragu soal kualitas produk, skrip iklan dapat menyertakan testimoni atau jaminan.²⁹

g) Uji dan Perbaiki

Sugarman percaya bahwa copywriting adalah proses yang membutuhkan pengujian terus-menerus. Dengan melakukan

²⁶ Ibid Hal 92-96

²⁷ Ibid Hal 135-140

²⁸ Ibid Hal 162-165

²⁹ Ibid Hal 192-195

pengujian, seperti A/B testing, copywriter bisa mengetahui bagian mana yang efektif dan mana yang perlu diperbaiki.³⁰

c. Produksi Iklan Audio-Visual

Setelah mahasiswa membuat skrip atau naskah Iklan selesai, mahasiswa mulai memasuki tahap produksi iklan, seperti yang mahasiswa pelajari pada mata kuliah videografi, beberapa hal yang perlu dilaksanakan diantaranya:

a) Pemilihan Talenta.

Pemilihan talenta merupakan aspek yang sangat penting dalam produksi iklan audio-visual, karena kemampuan talenta untuk menghidupkan karakter dalam iklan akan mempengaruhi persepsi audiens terhadap produk atau layanan yang diiklankan. Tidak hanya kemampuan akting atau penampilan fisik, tetapi juga kecocokan suara dan kemampuan menyampaikan emosi melalui ekspresi wajah atau suara menjadi faktor kunci. Talenta yang tepat akan mampu mengkomunikasikan pesan dengan jelas dan mengundang perhatian audiens, sehingga iklan tersebut menjadi lebih berkesan dan efektif. Proses audisi yang dilakukan bertujuan untuk menilai kecocokan antara talenta dan naskah, serta melihat bagaimana mereka berinteraksi dengan elemen lain dalam iklan, seperti musik dan visual.³¹

Selain itu, keberhasilan sebuah iklan juga sangat bergantung pada bagaimana talenta tersebut bekerja sama dengan elemen teknis dalam produksi. Kemampuan talenta untuk menyesuaikan diri dengan alur cerita, serta mendukung teknik sinematografi dan desain suara, dapat memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Oleh karena itu, pemilihan talenta yang tepat tidak hanya berdasarkan kemampuan dasar, tetapi juga kemampuan untuk menyatu dengan konsep keseluruhan iklan, sehingga dapat

³⁰ Ibid Hal 230-235

³¹ Helianhusonfri, J. (2021). Produksi Dan Editing Video Untuk Pemula.

menciptakan dampak yang lebih kuat pada audiens dan meningkatkan efektivitas komunikasi pesan.³²

b) Lokasi dan Set

Pemilihan lokasi atau set yang tepat sangat memengaruhi atmosfer dan efektivitas pesan dalam produksi iklan audio-visual. Lokasi yang dipilih harus sesuai dengan tema iklan untuk memastikan alur cerita dapat disampaikan dengan jelas. Sebagai contoh, iklan untuk produk outdoor akan lebih efektif jika syuting dilakukan di lokasi alam terbuka, yang bisa menambah kredibilitas dan kekuatan visual pesan. Begitu juga dengan penggunaan set buatan, yang harus didesain sedemikian rupa agar mendukung tema iklan. Misalnya, untuk iklan yang berfokus pada dunia perkantoran, desain interior set harus terlihat profesional dan mendukung narasi yang ingin disampaikan.³³

Selain itu, pencahayaan merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan dalam pemilihan lokasi atau set. Pencahayaan yang tepat dapat memperkuat suasana yang diinginkan dan memastikan elemen visual dalam iklan terlihat jelas. Setiap elemen, mulai dari lokasi atau set hingga pencahayaan, bekerja sama untuk menciptakan pengalaman visual yang kohesif dan mendalam bagi audiens, yang pada akhirnya dapat meningkatkan efektivitas komunikasi pesan iklan. Oleh karena itu, dalam memproduksi iklan audio-visual, perhatian terhadap pemilihan lokasi atau set serta pencahayaan adalah kunci untuk menghasilkan iklan yang berhasil.³⁴

c) Perekaman Suara

Perekaman suara adalah elemen krusial dalam produksi iklan audio-visual karena dapat memperkaya pengalaman audiens

³² Ibid Hal 25

³³ Wirawan, I. K. A., & Darmawan, D. M. (2020). *Produksi film dan televisi*. ISI Denpasar.

³⁴ Wirawan, I. K. A., & Darmawan, D. M. (2020). *Produksi film dan televisi*. ISI Denpasar.

melalui narasi, efek suara, dan musik latar. Proses rekaman suara harus dilakukan dengan cermat untuk memastikan bahwa dialog atau narasi terekam dengan jelas dan mudah dipahami. Pemilihan mikrofon yang tepat sangat penting untuk memastikan kualitas suara yang optimal. Selain itu, efek suara seperti langkah kaki atau pintu yang terbuka dapat memberikan nuansa tambahan yang memperkaya cerita, sementara musik latar harus dipilih dengan bijak untuk mendukung mood iklan, menyesuaikan dengan emosi yang ingin disampaikan. Dalam tahap editing audio, proses pembersihan noise dan penyesuaian volume suara menjadi penting untuk mencapai kualitas suara yang seimbang dan profesional.³⁵

Seluruh elemen suara ini bekerja bersama-sama untuk mendukung pesan visual yang ingin disampaikan oleh iklan. Dialog atau narasi yang jelas dapat memperkuat pesan, sementara efek suara dan musik latar dapat menambah kedalaman emosional dan menarik perhatian audiens. Oleh karena itu, penting untuk melakukan proses rekaman suara dengan hati-hati, serta melalui tahapan editing yang teliti untuk memastikan kualitas audio yang sempurna. Dengan demikian, suara bukan hanya sebagai pelengkap, tetapi juga sebagai elemen penting yang mendukung tujuan komunikasi dalam iklan audio-visual.³⁶

d) Proses Syuting (Pengambilan Gambar)

Dalam melaksanakan proses syuting, Menurut I Komang Arba Wirawan perlu memperhatikan beberapa hal diantaranya:³⁷

- **Pencahayaan:** Pencahayaan memainkan peran penting dalam menciptakan suasana yang diinginkan dalam iklan. Teknik pencahayaan seperti *key light*, *fill light*, dan *back light*

³⁵ Helianthousonfri, J. (2017). *Produksi dan editing video untuk pemula*. Elex Media Komputindo.

³⁶ Ibid Hal

³⁷ Wirawan, I. K. A., & Darmawan, D. M. (2020). *Produksi film dan televisi*. ISI Denpasar.

harus digunakan untuk mengatur kontras dan menciptakan efek dramatis sesuai dengan mood yang ingin disampaikan. Pencahayaan yang tepat dapat menonjolkan elemen utama dalam iklan dan memperkuat pesan yang ingin ditampilkan kepada audiens.

- **Komposisi:** Posisi kamera harus direncanakan dengan cermat agar elemen visual yang paling penting dalam iklan, seperti produk atau aktor, berada dalam fokus. Komposisi gambar yang baik dapat membuat iklan lebih menarik dan efektif dalam menyampaikan pesan. Pengaturan elemen dalam frame harus memperhatikan aspek seperti aturan sepertiga, keseimbangan visual, dan garis panduan.
- **Gerakan Kamera:** Penentuan gerakan kamera seperti *dolly*, *pan*, atau *zoom* harus disesuaikan dengan kebutuhan visual iklan. Gerakan kamera yang dinamis dapat memberikan kehidupan pada iklan dan menarik perhatian audiens. Pemilihan gerakan yang tepat dapat membantu menekankan momen penting atau memberikan perspektif yang berbeda terhadap objek yang ditampilkan.
- **Pengarahan Aktor:** Arahan kepada aktor sangat penting untuk memastikan bahwa ekspresi dan gerak tubuh mereka sesuai dengan tone dan pesan iklan. Aktor harus memahami konteks cerita dan karakter yang mereka perankan untuk menyampaikan pesan dengan efektif. Pengarahan yang jelas akan memastikan hasil syuting yang optimal dan mendukung keseluruhan produksi.

e) Editing

Editing adalah tahap kritis dalam produksi iklan audio-visual yang bertujuan menyatukan berbagai elemen gambar dan suara menjadi sebuah karya yang koheren dan efektif. Pada tahap ini, penyusunan urutan adegan yang sesuai dengan storyboard menjadi langkah pertama untuk menciptakan alur cerita yang

jelas. Proses editing juga mencakup penambahan efek visual dan transisi antar adegan yang dapat meningkatkan dinamika dan kejelasan pesan yang ingin disampaikan. Selain itu, sinkronisasi audio dengan gambar menjadi sangat penting, terutama untuk memastikan bahwa dialog atau narasi sesuai dengan gerakan bibir atau visual, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens.

Pemilihan musik dan efek suara juga memainkan peran besar dalam editing, karena dapat memberikan dampak emosional yang mendalam bagi audiens. Musik yang tepat dapat meningkatkan suasana hati yang ingin dibangun dalam iklan, sementara efek suara dapat memperkaya pengalaman visual dengan memberi konteks atau kedalaman pada adegan tertentu. Oleh karena itu, dalam tahap editing, perhatian terhadap detail seperti timing musik dan sinkronisasi efek suara sangat penting untuk menghasilkan iklan audio-visual yang tidak hanya menarik tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan.

f) Post-Produksi

Post-produksi merupakan tahap akhir dalam produksi iklan audio-visual yang melibatkan perbaikan dan penyempurnaan kualitas visual dan audio. Salah satu langkah penting dalam post-produksi adalah color grading, yang digunakan untuk memberikan nuansa tertentu pada gambar, seperti membuat visual lebih hangat atau dingin, sehingga dapat mendukung atmosfer yang ingin disampaikan oleh iklan. Selain itu, pembersihan audio juga menjadi bagian krusial, di mana noise atau suara yang tidak diinginkan dari rekaman dihapus untuk memastikan kualitas suara yang jernih. Proses ini memastikan bahwa setiap elemen suara, seperti dialog, musik, dan efek suara, terdengar dengan jelas dan tidak saling mengganggu.

Tahap akhir dalam post-produksi adalah final mix audio, yang bertujuan untuk menyesuaikan volume suara, musik, dan efek suara agar mencapai keseimbangan yang sempurna. Dengan melakukan pencampuran audio yang tepat, pesan dalam iklan dapat lebih mudah diterima oleh audiens. Keseluruhan proses ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman visual dan audio yang harmonis, sehingga iklan menjadi lebih menarik dan efektif dalam menyampaikan pesan kepada audiens.

Pada tahap evaluasi dan revisi, proses produksi iklan audio-visual mencapai puncaknya dengan memastikan bahwa iklan tersebut memenuhi tujuan yang telah ditetapkan dan standar kualitas yang diinginkan. Evaluasi yang menyeluruh terhadap hasil akhir iklan, baik dari segi visual maupun pesan yang disampaikan, sangat penting untuk mengidentifikasi apakah ada elemen yang perlu diperbaiki atau disesuaikan. Revisi dilakukan berdasarkan masukan dari tim atau klien untuk memperbaiki kekurangan dan memastikan efektivitas iklan. Dengan melakukan langkah evaluasi dan revisi ini secara teliti, iklan audio-visual yang dihasilkan akan lebih maksimal dalam mencapai tujuannya, meningkatkan daya tarik, dan memastikan pesan tersampaikan dengan jelas kepada audiens.

d. Pengarahan materi Broadcasting

Beberapa materi yang disampaikan salah satu staf Suargo merupakan bagian dari mata kuliah Teknik Penyiaran Radio. Teknik Penyiaran Radio adalah serangkaian keterampilan dan metode yang diperlukan untuk melakukan siaran radio secara efektif, dari persiapan hingga pelaksanaan. Penyiar radio tidak hanya harus memiliki keterampilan berbicara yang baik, tetapi juga harus memahami teknik dan aspek teknis dalam siaran.³⁸ Berikut adalah penjelasan

³⁸ Hasan, K. (2014). Materi Penyiaran Radio.

lebih terperinci tentang teknik penyiaran radio, yang meliputi beberapa elemen utama.³⁹

a) Persiapan Materi siaran

Sebelum siaran dimulai, penyiar perlu mempersiapkan materi yang akan disampaikan, persiapan tersebut mencakup riset topik dimana penyiar harus mengumpulkan informasi yang relevan dan menarik tentang topik yang akan dibahas, apakah itu mewawancarai seseorang, musik, program khusus dan sebagainya, setelah itu penyiar menulis naskah atau skrip meskipun siaran radio sering kali melibatkan improvisasi, penyiar tetap perlu memiliki panduan skrip untuk menjaga alur siaran, skrip ini biasanya mencakup intro, segmen, transisi dan penutupan.

b) Teknik pembawaan penyiar

Penyiar harus menguasai beberapa teknik pembawaan agar informasi yang disampaikan sampai dengan jelas dan menarik bagi pendengar, teknik ini meliputi pengaturan suara dimana penyiar perlu mengontrol intonasi suara, volume, kecepatan bicara dan artikulasi kata. Ini bertujuan agar pendengar dapat mendengar dengan jelas dan merasa tertarik

Selain itu, penyiar juga harus mampu menciptakan suasana yang sesuai dengan topik siaran, apakah itu ceria, serius, atau penuh semangat, dimana penyiar harus bisa melibatkan sisi emosionalnya, dan tambahan penyiar harus mampu berkomunikasi dengan baik, menjelaskan topik dengan jelas dan menghindari penggunaan bahasa yang ambigu.

c) Pengelolaan Alur Siaran

Penyiar harus dapat menjaga percakapan tetap terarah dan menghindari kekosongan waktu. Yang perlu diperhatikan diantaranya transisi yang halus dimana penyiar harus bisa berpindah dari satu topik ke topik yang lainnya dengan cara yang alami dan tidak terputus, kemudian mempertahankan ritme siaran agar siaran tidak terasa terlalu monoton atau

³⁹ Sartono, F. S. (2008). Teknik Penyiaran dan Produksi Program Radio, Televisi dan Film Jilid 2. Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan. Hal 160-164

membosankan dengan variasi tempo dan pengaturan waktu. Jika ada jadwal tertentu, penyiar harus bisa memastikan siaran tetap tepat waktu dan sesuai jadwal

d) Perlengkapan Teknis

Penyiar harus familiar dengan berbagai peralatan teknis yang digunakan dalam siaran radio. Beberapa peralatan dasar diantaranya mikrofon, mixer audio, perangkat pemutar audio, dan koneksi telepon atau media sosial bisa itu dihubungkan dengan WA, aplikasi radio, dan sebagainya

e) Improvisasi dan Manajemen Krisis

Meskipun siaran disiapkan sebelumnya, penyiar sering kali harus berimprovisasi, terutama saat terjadi masalah teknis atau perubahan mendadak dalam jadwal siaran. Maka penyiar dituntut untuk menghadapi kesalahan dengan tenang tanpa menimbulkan kebingungan di kalangan pendengar, dan yang kedua berimprovisasi dengan kreativitas jika ada perubahan mendadak dalam topik atau jadwal, penyiar harus bisa menyesuaikan dan melanjutkan siaran tanpa kehilangan alur

f) Keterampilan Komunikasi dengan Pendengar

Penyiar radio tidak hanya berbicara kepada audiens, tetapi juga berinteraksi dengan mereka, baik itu melalui telepon, pesan, atau media sosial. Kemampuan untuk berkomunikasi dengan pendengar secara langsung sangat penting, termasuk menanggapi pendengar dengan cepat, menjaga suasana tetap hangat, ramah, dan dengan cara yang menghargai, kemudian membangun hubungan dengan pendengar sehingga mereka merasa terlibat dan tertarik untuk terus mendengarkan.

BAB III

PENUTUP

A. Kesimpulan

Selama pelaksanaan program magang di PT Suara Gontor, sebuah lembaga radio dakwah Islam yang beroperasi di bawah naungan Pondok Modern Darussalam Gontor, mahasiswa mendapatkan pengalaman langsung terkait teori yang sudah dipelajari di bangku kuliah, terutama pada mata kuliah seperti Manajemen Periklanan, Videografi, dan Broadcasting. Melalui aktivitas magang ini, peserta berhasil meningkatkan kompetensi teknis, khususnya dalam bidang penulisan naskah, produksi, dan pengelolaan iklan. Adapun kesimpulan dari kegiatan magang selama 40 hari di PT Suara Gontor diantaranya adalah:

1. **Transkripsi File Iklan Audio**

Hasil dari kegiatan ini, mahasiswa telah mentranskripsikan file iklan audio kedalam bentuk teks (Word document)

2. **Penyusunan dan Pengembangan Naskah Konsep Iklan Audio-Visual**

Mahasiswa berhasil menyusun dan mengembangkan 13 naskah iklan baru dengan konsep segar dan inovatif untuk diproduksi menjadi iklan audio-visual. Proses penyusunan naskah ini dilakukan selama 5 hari.

3. **Produksi Iklan Audio-Visual**

Dari proses seleksi naskah, terpilih empat naskah iklan mitra, yaitu Gambia Department Store, Asia Fotokopi, BMT La Tansa, dan KUK Besi, untuk dikembangkan menjadi iklan audio-visual. Prosesnya mencakup pemilihan talenta, penentuan lokasi, perekaman suara, hingga syuting dan editing untuk menyatukan elemen audio dan visual. Tahapan akhir berupa post-produksi dilakukan untuk menyempurnakan hasil melalui koreksi warna, pengaturan suara, dan finalisasi konten.

4. **Pengarahan materi Broadcasting dan praktik siaran radio**

Mahasiswa mengikuti sesi pengarahan materi broadcasting oleh staf, mencakup panduan tentang teknik penyiaran, pengelolaan diskusi, dan persiapan

teknis siaran. Setelah memahami teori, mahasiswa mempraktikkannya melalui program siaran langsung "Memori," dengan fokus menjaga kelancaran diskusi sepanjang sesi.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil kegiatan magang dan kesimpulan di atas, ada beberapa saran dari peserta magang untuk kedepannya, sebagai berikut

1. Bagi Program Studi Ilmu Komunikasi

- Mengadakan jam praktikum tambahan dalam bidang manajemen periklanan, videografi dan teknik siaran radio dan televisi sebagai langkah penerapan teori yang telah dipelajari di kelas, guna memudahkan mahasiswa saat terjun di dunia kerja.

2. Bagi PT Suara Gontor

- Memberikan waktu untuk sesi mentoring di bidang broadcasting dan jam terbang siaran, sehingga mahasiswa mampu mendalami bidang broadcasting secara praktik di lapangan.

Daftar Pustaka

- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Fauzia, R. (2015). Pengaruh Magang terhadap Perkembangan Kepribadian Mahasiswa (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Fill, C., & Turnbull, S. (2016). Marketing Communications: Discovery, Creation and Conversations. Pearson Education.
- Hasan, K. (2014). Materi Penyiaran Radio.
- Helianthousonfri, J. (2017). Produksi dan editing video untuk pemula. Elex Media Komputindo.
- <https://gontor.ac.id/suargo-fm/>
- <https://ilkom.unida.gontor.ac.id/sekilas/>
- <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/transkripsi>
- <https://unida.gontor.ac.id/en/tentang/>
- Kasali, R. (2007). Manajemen periklanan konsep dan aplikasinya. Jakarta: Pusaka Utama Grafiti.
- Kliping Profil PT Radio Suara Gontor
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.
- Kuswardani, Y. S. (2024). Dinamika Persaingan dan Prospek Industri Mobil Listrik di Indonesia: Analisis Tren dan Implikasi. *Syntax Idea*, 6(10), 6340-6353.
- Lolang, E. (2018). Transkripsi Video Youtube Untuk Meningkatkan Motivasi dan Kreativitas Berpikir Mahasiswa Dalam Pembelajaran Bahasa Inggris Matematika. *Prosiding Semkaristek*, 1(1), 82-87.

- Morrison, M. A. (2015). Periklanan komunikasi pemasaran terpadu. Kencana.
- Muhammad Luthfi, Bambang Setyo Utomo, and Nurhana Marantika, Buku Pedoman Magang (Ponorogo, Jawa Timur, 2020).
- Mulyana, M. (2019). Segmentasi pasar, penargetan pasar dan pemosisian.
- Nurudin. (2007). Teori Komunikasi Massa. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Profil Perusahaan PT Radio Suara Gontor berbentuk PPT.
- Sartono, F. S. (2008). Teknik Penyiaran dan Produksi Program Radio, Televisi dan Film Jilid 2. Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan. Hal 160-164
- Santoso, B. (2019). Strategi Penyusunan Naskah Iklan untuk Media Radio. Jurnal Ilmu Komunikasi, 12(2), 112-127.
- Shimp, T. A., & Promosi, P. (2003). Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Alih Bahasa Oleh: Revyani Syahrial Dan Dyah Anikasari. Edisi, 5.
- Sugarman, J. (2012). The Adweek copywriting handbook: the ultimate guide to writing powerful advertising and marketing copy from one of America's top copywriters. John Wiley & Sons.
- UU No. 20 Tentang Sistem Pendidikan Nasional, 2003 :20
- Wijaya, B. S. (2017). Iklan: Strategi dan Teknik Komunikasi Kreatif. Jakarta: Penerbit Media Komunikasi.
- Wirawan, I. K. A., & Darmawan, D. M. (2020). Produksi film dan televisi. ISI Denpasar.
- Yulianita. (2019). Manajemen Periklanan: Teori dan Praktik. Bandung: Penerbit Alfabeta.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Curriculum Vitae (Cv)

<p>Muhammad Shidqi Masyail</p> 	<h4>Profil Pribadi</h4> <p>Seorang mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi dengan pengalaman sebagai pembicara di acara seminar kecil dan keahlian dalam teknik videografi serta editing video. Mahir dalam berbicara di depan banyak orang, mampu menyampaikan informasi dengan jelas dan meyakinkan. Memiliki keterampilan komunikasi yang baik dan kreativitas dalam pengembangan konten. Selain itu, memiliki pengalaman dalam organisasi yang relevan serta siap untuk memberikan kontribusi positif di Suara Gontor FM sebagai bagian dari tim yang dinamis.</p>
<h4>Kontak</h4> <p>Alamat: Jl. Raya Cusalek Kidul, Cibeber, Ganjur, Jawa Barat</p> <p>Nomor Telepon: +62 813 3077 5744</p> <p>Email: shidqimasyail@tw695@gmail.com</p> <p>Instagram: Shidqi@tw695</p>	<h4>Kemampuan</h4> <ul style="list-style-type: none">• Public Speaking• Broadcasting• Desain dengan menggunakan aplikasi Corel Draw dan Photoshop• Videografi• Microsoft Excel• Microsoft Word
<h4>IPK</h4> <p>Dari semester satu sampai enam. Rata-rata 3,8.</p>	<h4>Pengalaman</h4> <ul style="list-style-type: none">• Asisten Staf Darussalam Computer Center, 2020-2021• Staf Darussalam Computer Center, 2021-2023• Staf KMI, 2023-2024
<h4>Hobi</h4> <ul style="list-style-type: none">• Menulis• Public Speaking• Mengajar• Design• Videografer	<h4>Pendidikan</h4> <ul style="list-style-type: none">• Pondok Modern Darussalam Gontor, 2017-2021• Universitas Darussalam Gontor, 2021-Sekarang

Lampiran 2. Surat Tugas Magang



Faculty of Humanities

كلية العلوم الإنسانية

SURAT TUGAS

Nomor: 320/UNIDA/FH-a/X/1445

Dekan Fakultas Humaniora Universitas Darussalam Gontor memagangkan kepada mahasiswa berikut untuk mengikuti kegiatan:

Nama : Muhammad Shidqi Masyail
NIM/Smt : 422021522044 / VIII (Delapan)
Prodi : Ilmu Komunikasi
Kelas : B

Untuk melaksanakan kegiatan Magang, yang akan dilaksanakan pada:

Tanggal : 17 Juli -20 Agustus 2024
Tempat : PT. Radio Suara Gontor FM
Alamat : Gedung Mesra Lantai III, PMDC Gontor

Demikian surat tugas ini dibuat untuk yang bersangkutan agar dapat dilaksanakan dengan baik dan sebagaimana mestinya.

Ponocojo, 11 Muharram 1446

16 Juli 2024

Dekan

Akang Prof. Dr. Mohamad Latief, M.A.
NID. 180643

Lampiran 3. Surat Permohonan Magang



Faculty of Humanities

كلية العلوم الإنسانية

Nomor : 321/UNIDA/FF-j/XII/1445
Lampiran : -
Perihal : Surat Permohonan Magang

Kepada:

DIREKTUR RADIO SUARA GONTOR FM

Alamat: Gontor 1, Gontor, Kec. Mlarak, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur 63472

Bismillah/rahasmullahi

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Sehubungan dengan adanya mata kuliah praktik magang mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Humaniora, Universitas Darussalam Gontor sebagai mata kuliah wajib yang harus dilaksanakan oleh mahasiswa:

No	Nama Mahasiswa	NIM	Prodi
1.	Muhammad Shidqi Maayati Phone: 0813 3927 5744	422021522044	Ilmu Komunikasi

Maka kami bermaksud mengajukan surat permohonan magang, kegiatan tersebut akan berlangsung pada 17 Juli -28 Agustus 2024. Besar harapan kami agar mahasiswa kami mendapatkan kesempatan untuk menambah ilmu dan menambah pengalaman di instansi yang Bapak pimpin.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Ponorogo, 22 Dzulhijjah 1445

29 Juni 2024

Dekan Fakultas Humaniora

Assoc. Prof. Dr. Mohamad Latief, M.A.
NID. 180643

Lampiran 4. Form Bimbingan Magang

Faculty of Management
Universitas Islam Sumatera

Magang

Nama: Muhammad Dedy Mungil
 NIM: 1123021523044
 Jurusan: Manajemen
 Mata Kuliah: Prinsip Dasar
 Tanggal: 13 Juli - 28 Agustus

No	Tanggal	Materi	Nilai
	Belajar 24 Jul 2019	Ruang Ruang	100
	Belajar 24 Jul 2019	Ruang Ruang	100
	Belajar 24 Jul 2019	Ruang Ruang	100
	Belajar 1 Agt 2019	Ruang Ruang	100
	Belajar 2 Agt 2019	Ruang Ruang	100
	Belajar 13 Agt 2019	Ruang Ruang	100
	Belajar 24 Agt 2019	Ruang Ruang	100
	Belajar 28 Agt 2019	Ruang Ruang	100
	Belajar 1 Sep 2019	Ruang Ruang	100
	Belajar 2 Sep 2019	Ruang Ruang	100

Lampiran 5. Form Penilaian Kegiatan Magang



Faculty of Humanities

كلية العلوم الإنسانية

FORM PENILAIAN LAPANGAN

NAMA MAHASISWA : Muhammad Shiqdi Maryail
 NIM : 622021522044
 INSTANSI : PT Radio Suara Gontor FM
 MASA KEGIATAN : 17 Juli - 18 Agustus 2024

NO	VARIABEL PENILAIAN	NILAI (ANGKA)
1	Etnis kerja di lapangan	20
2	Kemampuan bekerja secara mandiri maupun dalam tim	20
3	Tanggung jawab dalam penyelesaian tugas	20
4	Kemampuan berinisiasi dan berinovasi	15
5	Kehadiran dilapangan	20
Nilai total		95

Amroza, 30 Agustus 2024

Mengenalai,

Desen Pembimbing


 Bambang Setyo Utomo, M.L.Kom

Pembimbing Lapangan


 Rizwan Falaq Kamil, S.Ag

Keterangan:

1. Nilai total dalam bentuk angka (10-100) merupakan pembagian dari ketiga komponen tersebut, sehingga masing-masing komponen nilainya 20
2. Form penilaian bersifat rahasia, diserahkan dalam amplop tertutup ke peserta magang untuk diserahkan ke dosen pembimbing

Lampiran 6. Surat Balasan Permohonan Magang

PT. Radio Suara Gontor^{FM}

Jaya di Udara Abadi di Hati dari Gontor Menyapa Indonesia

📱 Suara Gontor 📞 @suargofm 📞 0811-3826-770 📷 @suargofm



Nomor : 1/15/SUARGO-6/VII/2024
Lampiran : -
Hal : Balasan Permohonan Magang

Prosorogo, 15 Juli 2024

Yth. Dekan Fakultas Humaniora
Universitas Darussalam Gontor
di
Tumpang

Menindaklanjuti surat dari Fakultas Humaniora Universitas Darussalam Gontor Nomor
321/UNDG/FH-j/2024/1443, pada tanggal 29 Juni 2024 perihal surat Permohonan Magang, atas
nama:

Nama Mahasiswa : Muhammad Shihqi Masyri
NIM : 421021522044
Program Studi : Ilmu Komunikasi

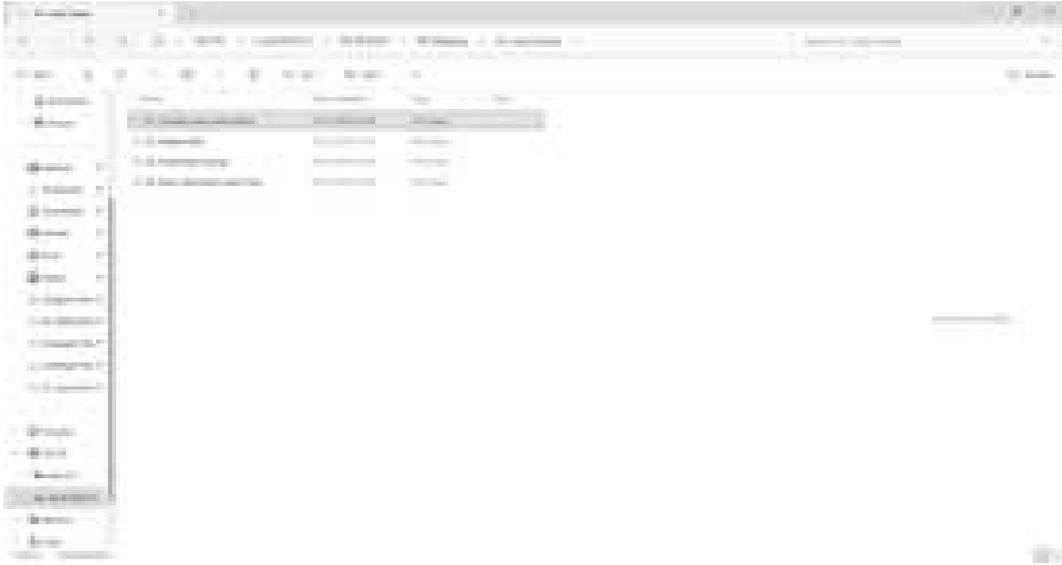
Maka PT Radio Suara Gontor menerima yang bersangkutan untuk melakukan kegiatan
magang yang akan berlangsung pada tanggal 17 Juli-28 Agustus 2024 di PT Suara Radio
Gontor.

Demikian surat ini menjadi perhatian dan disampaikan terima kasih.

CEO PT Suara Gontor

Rizvan Falaah Karol

Lampiran 7. Luaran Hasil Magang



Gambar 8. Luaran Hasil Kegiatan berupa file-file berbentuk video dan word

Lampiran 8. Dokumentasi Foto Magang



