

Agensi dalam Subject Making di Industri Media: Pembentukan Air Personality Penyiar Trax FM = Agency in Subject Making on Media Industry: Forming Air Personality Trax FM Announcer

Annisa Sophia Rainy, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20499525&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Radio komersial sebagai media massa yang memberikan informasi dan juga hiburan kepada para pendengarnya membutuhkan keuntungan agar tetap tumbuh dan berkembang untuk mempertahankan bisnis. Penyiar dalam radio komersial merupakan garda terdepan bagi radio komersial untuk menjaring banyaknya pendengar agar menarik perusahaan-perusahaan yang menjual barang dan jasa melakukan kerjasama iklan. Penyiar yang berfungsi sebagai daya tarik membutuhkan air personality yang unik dan berbeda dari penyiar-penyiar lainnya. Penelitian etnografi ini menggambarkan bahwa pembentukan air personality penting dimiliki oleh penyiar sebagai bagian dari cara untuk menunjang fungsi bisnis dalam industri media. Trax FM, radio komersial anak muda, membebaskan penyiarnya untuk membentuk air personality sesuai dengan kepribadian dirinya sendiri melalui proses pembelajaran yang berdasarkan praktik dan juga pengalaman penyiar. Dalam prosesnya, penyiar dapat melakukan praktik agensi berdasarkan air personality hingga dapat berperan dalam proses perkembangan radio Trax FM. Namun demikian, agen yang berada dalam struktur sulit untuk dilihat terlepas dari kekuasaan tersebut. Dalam konteks neoliberal, peranan Trax FM dalam pembentukan air personality sangat penting, namun agensi pun harus bisa memosisikan diri dalam struktur. Sehingga baik agensi dan struktur, terlihat tidak sepenuhnya bebas.

ABSTRACT

Commercial radio as a mass media that provides information and entertainment to its listeners requires profits to keep growing and developing to maintain the business. Broadcasters in commercial radio are the frontline for commercial radio to attract many listeners in order to engage companies that sell goods and services to do advertising cooperation. Broadcasters that have a function as an attraction require unique air personality and different from other broadcasters. This ethnographic research illustrates that the formation of an air personality possessed by broadcasters as part of a way to support business functions in the media industry. Trax FM, as a commercial radio for young people, gives flexibility to the broadcasters to form air personality according to their own personality through a learning process that is based on practice and the broadcaster's experience. In the process, broadcasters can practice agency based on air personality so they can play a role in the process of developing Trax FM radio. However, agents in the structure are difficult to see apart from that power. In the neoliberal context, the role of Trax FM in the formation of air personality is very important, but the agencies must be able to position themselves in the structure. So that both the agency and the structure, it look not completely free.