

PEMBELAJARAN MANDIRI BERKELOMPOK BULAN MARET 2026

Nama Kelompok : LPP RRI PONTIANAK – KELOMPOK 3

Nama Anggota Kelompok : MELSA TRI WULANDARI, S.Sos

MATERI 3 - PENYIARAN

- https://www.youtube.com/watch?v=OXpnhXcL_0 (1 Jam)

1. Apa yang menarik dari bahan materi tersebut?

Hal yang paling menarik dari materi ini adalah pergeseran paradigma bahwa UMKM bukan sekadar entitas ekonomi, melainkan sumber cerita (*storytelling*). Dalam dunia jurnalistik, sebuah informasi tidak akan dimuat jika tidak memiliki "nilai". Bagi UMKM, nilai tersebut dapat dikembangkan melalui empat pilar utama:

1. Inovasi dan Kebaruan (*The Power of "New"*)

Inovasi bukan berarti harus menciptakan teknologi canggih, melainkan cara baru dalam mengolah bahan yang sudah biasa menjadi luar biasa.

Mengapa Menarik? Media selalu mencari sesuatu yang "pertama kali" atau "berbeda".

Contoh Materi: Produk seperti "Buncis Krispi" atau "Keripik Kopi" mengubah persepsi konsumen. Buncis yang biasanya hanya menjadi sayur tumis, berubah menjadi camilan modern. Keripik kopi memberikan pengalaman baru bagi penikmat kopi yang biasanya hanya meminumnya.

Penerapan: UMKM harus berani bereksperimen dengan bahan lokal namun dikemas dengan konsep yang tak terduga untuk menarik perhatian redaksi media.

2. Aktualitas dan Relevansi Momen (*Riding the Wave*)

Aktualitas berarti kemampuan UMKM untuk "menumpang" pada isu atau peristiwa yang sedang menjadi pembicaraan hangat di masyarakat.

Mengapa Menarik? Berita yang sesuai dengan konteks waktu saat ini jauh lebih mudah diterima editor karena dianggap relevan dengan kebutuhan pembaca.

Contoh Materi: Munculnya "Batik Motif Korona" saat pandemi menunjukkan kelincahan pelaku UMKM dalam merespons situasi. Ini bukan sekadar kain, tapi simbol sejarah dari masa pandemi.

Penerapan: Manfaatkan kalender peristiwa atau tren media sosial. Misalnya, saat bulan Ramadhan, buatlah produk atau program yang berkaitan erat dengan kebutuhan masyarakat saat itu.

3. Sisi Kemanusiaan (*Human Interest*)

Ini adalah nilai berita yang menyentuh emosi pembaca. Orang mungkin lupa pada merek Anda, tapi mereka akan ingat pada kebaikan Anda.

Mengapa Menarik? Pembaca cenderung menyukai kisah-kisah yang menunjukkan kepedulian sosial di tengah kerasnya persaingan bisnis.

Contoh Materi: Komunitas UMKM yang menyisihkan sebagian keuntungan untuk korban bencana atau memberikan pelatihan kepada anak-anak disabilitas.

Penerapan: Dokumentasikan kegiatan sosial usaha Anda. Ceritakan dampak nyata yang Anda berikan kepada lingkungan sekitar. Ini membangun kepercayaan (trust) dan citra positif di mata publik.

4. Keunikan dan Kreativitas Istilah (The "*Hook*")

Terkadang, cara kita menamai sesuatu atau cara kita memberikan branding adalah tiket utama masuk ke media.

Mengapa Menarik? Istilah yang provokatif namun cerdas akan memicu rasa penasaran (curiosity).

Contoh Materi: Istilah "Mie Ayam Antigen". Nama ini sangat menarik karena menggunakan diksi yang populer di masa pandemi namun diberikan makna baru (anti-gendut). Hal ini otomatis menciptakan hook atau daya pikat bagi wartawan untuk meliput.

Penerapan: Jangan takut menggunakan istilah yang *out of the box* atau unik untuk menamai paket produk atau program promo Anda. Semakin unik namanya, semakin besar peluangnya untuk menjadi viral atau dikutip media. Dengan memahami keempat aspek di atas, UMKM tidak perlu membayar iklan mahal untuk dikenal. Cukup dengan **menemukan sisi unik dari apa yang sudah mereka lakukan**, mengemasnya dengan rumus 5W+1H, dan mengirimkannya ke media, mereka sudah menjalankan strategi *Public Relations* (PR) yang efektif.

2. Apa yang bisa diterapkan dalam pekerjaan sehari-hari?

Pelaku UMKM dapat menerapkan ilmu ini untuk:

- Membuat *Press Release*: Mengirimkan tulisan tentang peluncuran produk baru atau kegiatan bazar ke meja redaksi media.
- Konten Media Sosial: Menerapkan teknik jurnalistik (judul menarik, penjelasan detail, dan fokus) pada konten TikTok atau Instagram agar lebih terstruktur dan informatif, bukan sekadar video asal-asalan.
- Membangun *Branding*: Dengan menulis secara detail dan fokus pada manfaat produk, pelaku UMKM dapat memberikan informasi yang sangat inspiratif bagi calon pembeli.

SERTA,

1. Inovasi & Kebaruan: Mengemas Produk Sebagai Solusi Unik

Dalam pekerjaan sehari-hari, jangan hanya menjual fungsi dasar produk. Fokuslah pada sisi "baru" yang belum pernah dilihat orang.

Penerapan: Jika Anda memproduksi camilan, jangan hanya menyebutnya "Enak". Angkat sisi inovasinya seperti "Camilan Sayur Pertama yang Teksturnya Mirip Daging" atau "Kopi yang Bisa Dimakan (Keripik Kopi)".

Aksi Nyata: Gunakan sudut pandang inovasi ini untuk mengisi deskripsi produk di *e-commerce* atau materi promosi radio agar terdengar segar dan berbeda dari kompetitor.

2. Aktualitas: Menunggangi Momentum (*Newsjacking*)

Pekerjaan sehari-hari harus peka terhadap apa yang sedang dibicarakan masyarakat. Aktualitas membuat produk Anda terasa relevan dan mendesak untuk dibeli.

Penerapan: Jika sedang ada tren kesehatan, kaitkan produk Anda dengan manfaat imunitas. Jika sedang musim hujan, buatlah promosi "Paket Produk Penghangat Suasana".

Aksi Nyata: Buatlah kalender konten atau promosi bulanan yang disesuaikan dengan hari besar atau isu yang sedang viral di media sosial untuk menarik perhatian audiens secara instan.

3. Kemanusiaan: Membangun Koneksi Emosional

Orang tidak hanya membeli produk, mereka membeli cerita dan nilai. Sisi kemanusiaan memberikan "nyawa" pada usaha Anda sehingga tidak terlihat kaku.

Penerapan: Dokumentasikan momen saat usaha Anda membantu orang lain, seperti memberikan pelatihan gratis bagi warga sekitar atau menyisihkan sekian persen keuntungan untuk bencana alam.

Aksi Nyata: Ceritakan di balik layar (*behind the scenes*) mengenai siapa saja orang-orang hebat di balik produk Anda (misalnya: memberdayakan ibu-ibu rumah tangga lokal). Ini membangun kepercayaan (*trust*) yang kuat di mata pelanggan.

4. Keunikan & Kreativitas Istilah: Membuat "Cantolan" Ingatan

Dalam dunia berita yang padat, istilah unik berfungsi sebagai "umpan" agar orang menoleh. Di pekerjaan sehari-hari, ini adalah bagian dari strategi *branding*.

Penerapan: Gunakan nama-nama menu atau paket yang memicu rasa penasaran. Istilah seperti "Mie Ayam Antigen" atau "Kopi Anti-Ngantuk Berlebihan" akan jauh lebih mudah diingat daripada nama standar.

Aksi Nyata: Gunakan istilah unik ini dalam judul katalog atau headline iklan singkat. Istilah yang menarik akan memancing orang untuk bertanya "apa itu?", yang kemudian membuka peluang terjadinya transaksi.

Dengan menerapkan nilai berita ini, Anda tidak lagi "berteriak" menyuruh orang membeli, melainkan **bercerita** mengapa usaha Anda layak diperhatikan. Strategi ini sangat efektif untuk menghemat biaya iklan karena informasi yang mengandung nilai berita cenderung lebih mudah dibagikan ulang oleh pelanggan maupun media.

Lampiran Foto Pembelajaran Mandiri



DAFTAR HADIR PEMBELAJARAN MANDIRI BERKELOMPOK MARET 2026

KELOMPOK 3 : MATERI 3 - PENYIARAN

NO.	N A M A	N I P	TANDA TANGAN
1	TAN JAMIARDI, A.Md	19900106 202321 1 012	
2	MELSA TRI WULANDARI, S.Sos	199805282025212044	
3	WAHYU PUTRA	199804082025211030	