



**Produksi Program Acara *Talk Show* “Sore Binggo”  
di Pro 2 RRI Semarang  
(Pengarah Kreatif)**

**Karya Bidang**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan**

**Pendidikan Strata 1**

**Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Heryusna Yoda Sumbara**

**14030111120018**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**2015**

## ABSTRAKSI

**Judul Karya Bidang : Produksi Program Acara *Talk Show* “Sore Binggo”**  
**Nama : Heryusna Yoda Sumbara**  
**NIM : 14030111120018**  
**Jurusan : Ilmu Komunikasi**

---

Radio Republik Indonesia merupakan radio tertua di Indonesia dan satu satunya radio milik pemerintah yang memiliki visi mewujudkan lembaga penyiaran publik radio republik Indonesia sebagai radio berjejaringan terluas, pembangunan karakter bangsa, berkelas dunia. RRI memiliki jaringan yang sangat luas dari Aceh hingga Papua, namun tidak banyak orang khususnya anak muda yang berminat untuk mendengarkan Radio Republik Indonesia. Alasan utama adalah citra RRI sebagai radio berita dan radio untuk orang tua, sehingga kurang menarik bagi anak muda.

Salah satu solusi adalah membuat program talk show Sore Binggo di Pro 2 RRI Semarang dan menyasar anak muda sebagai target pendengarnya. Sehingga diharapkan dapat kembali meningkatkan pendengar radio khususnya Pro 2 RRI Semarang yang memiliki target pendengar kalangan anak muda. Selama pelaksanaan program ini, penulis bertugas pengarah kreatif. Sebagai pengarah kreatif, penulis bertugas memberikan ide-ide kreatif agar dapat menarik minat pendengar untuk mengikuti acara Sore Binggo.

Dari hasil kuesioner mengenai pendengar RRI Pro 2, diperoleh hasil peningkatan sebanyak 54% dari data awal yang diperoleh. Dan untuk pendengar program “Sore Binggo” yang awalnya hanya 3% meningkat menjadi 79%. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya format baru yang dimasukkan ke dalam program “Sore Binggo” selain dapat meningkatkan jumlah pendengar program tersebut juga dapat meningkatkan jumlah pendengar dari RRI Pro 2.

Kata kunci: radio, program, talkshow

## ABSTRACT

**Title** : The Production of “Sore Binggo” talk show program  
**Name** : Heryusna Yoda Sumbara  
**Student No.** : 14030111120018  
**Major** : Communication Studies

---

Radio Republik Indonesia is the oldest and the only government-owned radio which has the vision to actualize a public broadcaster in Republic of Indonesia as the largest networked radio and world class national character building.

One solution is to make a talk show program “Sore Binggo” in Pro 2 RRI Semarang and targeting young people. Which is expected to increase Pro 2 RRI Semarang listeners and targeting the young people. During the program execution, the author served as a creative director. And the creative director should be able to provide some creative ideas in order to attract many listeners to participate “Sore Binggo” program.

From the result of the questionnaire regarding the listeners of Pro 2 RRI Semarang, it increased by 54% from the initial data obtained. And for the listeners of “sore Binggo” Program, it increased from 3% to 79%. It shows that the new format applied to the program may increase the number of “sore Binggo” listeners and Pro 2 RRI Semarang listeners as well.

Keywords: radio, program, talk show

## I. Pendahuluan

Radio adalah buah perkembangan teknologi yang memungkinkan suara ditransmisi secara serempak melalui gelombang radio di udara. Tahun 1896, Guglielmo Marconi menciptakan *wireless telegraph* yang menggunakan gelombang radio untuk membawa pesan dalam bentuk kode Morse (Astuti, 2008:5). Seiring berkembangnya zaman, kegunaan radio kini bukan lagi sebagai penyebar berita atau informasi saja. Radio juga sudah dijadikan sebagai media hiburan bagi masyarakat, dimana mereka bisa mendengarkan musik dari program musik yang disuguhkan. Namun, dengan semakin berkembangnya teknologi di era modern ini, peran dan pamor radio semakin tergerus.

Perkembangan teknologi ini bukanlah hal yang bisa kita bendung. Karena suka atau tidak, kita memang membutuhkan perkembangan teknologi untuk membantu memudahkan urusan kita baik itu dalam kehidupan sehari-hari ataupun dalam dunia kerja sebagian besar orang. Melihat kebutuhan ini, para pekerja di dunia penyiaran bukan berdiam diri. Seiring dengan perkembangan teknologi, radio pun mengalami sejumlah perubahan (Astuti, 2008:11).

Dengan memunculkan inovasi dalam pengadaan program-program yang diminati oleh masyarakat adalah salah satu cara radio untuk tetap eksis di tengah-tengah era globalisasi ini. Menjadikan penyiar mereka sebagai *front man* yang bisa menghadirkan suasana yang akrab untuk para pendengar dan menyajikan informasi yang *up to date* juga dilakukan. Selain itu, untuk menarik para pendengar dari kalangan anak muda, radio menyajikan program yang disesuaikan dengan selera anak muda. Seperti program *talk show* yang temanya masih seputar kehidupan anak muda dengan diselingi memutar musik yang sedang *hits* saat itu.

Dari segi industri, radio tetap merupakan pasar yang menjanjikan. Hanya saja, trendnya kini berubah. Kalau dulu, sebagai lembaga yang disebut *broadcasting*, radio membidik target segmen yang *board* (luas). Kini, segmen radio kian menyempit dan terfokus pada *niche* atau ceruk segmen tertentu. Maka, radio sekarang bukan lagi *broadcasting*, melainkan *narrowcasting* (Astuti, 2008:14).

## II. Rumusan Masalah

Di era globalisasi saat ini, dimana masyarakat dituntut serba cepat begitu juga dalam memperoleh informasi membuat semua media berlomba-lomba menawarkan kecepatan kepada para pemirsanya dalam menyuguhkan berbagai informasi yang dibutuhkan.

Dikutip dari laman Nielsen (10 September 2015), menunjukkan hasil survey konsumsi media yang dilakukan di beberapa kota besar yang ada di dalam dan di luar pulau Jawa pada bulan Mei 2014. Hasil temuannya adalah sebagai berikut:

Secara keseluruhan, konsumsi media di kota-kota baik di Jawa maupun di luar Jawa menunjukkan bahwa televisi masih menjadi medium utama yang dikonsumsi masyarakat Indonesia (95%), disusul oleh internet (33%), radio (20%), koran (12%), tabloid (6%) dan majalah (5%). Namun ketika dilihat lebih lanjut, ternyata terdapat perbedaan yang sangat menarik antara pola konsumsi media di kota-kota di Jawa bila dibandingkan dengan kota-kota di luar Jawa. Konsumsi media televisi lebih tinggi di luar Jawa (97%), disusul oleh radio (37%), internet (32%), koran (26%), bioskop (11%), tabloid (9%) dan majalah (5%).

Dari kedua hasil ini menunjukkan bahwa hampir sebagian besar masyarakat di Indonesia, baik yang berada di pulau Jawa maupun yang berada di luar pulau Jawa, masih menjadikan televisi sebagai primadona sebagai sarana memperoleh informasi, lalu disusul oleh internet, dan radio. Tapi hal ini bukan berarti radio sudah benar-benar dilupakan, radio dengan segala inovasi dan perkembangan yang dilakukannya masih memiliki pendengarnya sendiri.

Kelebihan yang dimiliki oleh radio tapi tidak bisa diikuti oleh media lain yaitu *Theatre of Mind* dan kehangatan penyiar-pendengar yang masih belum bisa ditandingi oleh media lain. Kelebihan inilah yang akan menjadi kekuatan untuk setidaknya membuat masyarakat khususnya anak-anak muda kembali bisa dan mau menikmati radio sebagai sumber informasi maupun hiburan bagi mereka.

*Keep and touch* yang dilakukan oleh penyiar dan membuat pendengar seakan benar-benar berinteraksi langsung dengan seorang teman ini yang bisa

dijadikan kekuatan untuk mengembalikan pendengar radio agar tidak melulu mengandalkan internet sebagai sumber informasi mereka yang kadang-kadang sumbernya pun masih belum bisa dipertanggung jawabkan.

Program “Sore Binggo” ini bertujuan untuk lebih mengeksplor kelebihan-kelebihan dari anak-anak muda di Semarang dan sekitarnya dengan mengajak mereka untuk menjadi narasumber dan membagi pengalaman mereka dalam bidang yang mereka geluti masing-masing.

### **III. Tujuan**

Tujuan dari dibuatnya acara ini adalah untuk memberikan program yang inspiratif bagi para pendengar Pro 2 RRI Semarang, selain itu juga untuk meningkatkan *awareness* pendengar khususnya di Semarang dan sekitarnya terhadap RRI Pro 2. Karena selama ini Pro 2 RRI Semarang masih disamakan dengan RRI secara umum, padahal Pro 2 RRI Semarang bersegmentasi anak muda dan menyasar anak muda sebagai pendengarnya.

Dengan beberapa strategi promosi yang kami miliki, kami ingin meningkatkan jumlah pendengar Pro 2 RRI Semarang pada umumnya yang awalnya hanya 29% menjadi 70%. Selain itu, kami juga ingin meningkatkan jumlah pendengar program “Sore Binggo” pada khususnya, dari 3% menjadi 50%. Tentu saja, strategi promosi harus dilakukan semenarik mungkin agar dapat meningkatkan perhatian dan ketertarikan target pendengar kami terhadap Pro 2 RRI Semarang.

### **IV. Kerangka Konsep**

Acara *talk show* dikatakan primadona karena bisa disiarkan secara langsung, interaktif, dan atraktif. Ditambah lagi dengan sifatnya yang menghibur (*entertainment*). *Entertainment* sebenarnya bukan sekadar berarti menghibur, melainkan dinamis dan hidup. Oleh karena itu, peran moderator sangat menentukan sukses-tidaknya acara ini (Masduki, 2001:44).

Perbedaan paling penting antara *talk show* dan wawancara berita adalah *talk show* bersifat dinamis, tidak terpacu pada aktualitas topik perbincangan, dan jam tayangnya fleksibel. Dua komponen yang selalu ada dalam program *talk show* adalah obrolan dan musik yang berfungsi sebagai selingan (Masduki, 2001:45).

Persiapan yang harus dilakukan sebelum menyelenggarakan *talk show* adalah:

- Menentukan topik dan tujuan
- Narasumber dianjurkan lebih dari satu orang. Hadirnya dua narasumber yang saling berbeda sikap atau pendapat, bukan saja untuk memenuhi prinsip keberimbangan, tetapi juga menciptakan harmoni sekaligus kontroversi, sehingga *talk show* menjadi hidup.
- Menentukan lokasi, kemasan acara, dan durasi penyiaran (Masduki, 2001:45).

Adapun urutan acara untuk program *talk show* adalah sebagai berikut:

1. Pembukaan, berisi: pengenalan acara, pemandu, narasumber, dan topik yang akan diperbincangkan. Bisa pula diuraikan latar belakang mengapa topik itu dipilih.
2. Diskusi utama, berisi: (a) pertanyaan awal, biasanya bersifat terbuka (membutuhkan penjelasan), (b) tanggapan dari narasumber atau pendengar, dan (c) pengembangan pertanyaan lanjut atas tanggapan-tanggapan itu.
3. Penutup, berisi: kesimpulan, ucapan terima kasih, dan salam penutup, termasuk informasi program berikutnya. Kesimpulan tidak mutlak bersifat resume perbincangan, bisa juga sekedar analisis singkat dan pertanyaan terbuka untuk memancing permenungan pendengar. Seluruh struktur perbincangan, diselingi berbagai ilustrasi musik, yang dipilih sesuai karakter perbincangan dan selera pendengar di radio setempat (Masduki, 2001:45-46).

## V. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil oleh penulis melalui hasil evaluasi adalah:

- a. Program *talk show* “Sore Binggo” berhasil memenuhi target jumlah kenaikan pendengar yang sudah ditentukan di awal. Di mana pada awal pembuatan proposal penulis menargetkan kenaikan jumlah pendengar untuk program ini menjadi 50% dari yang awalnya hanya 3%. Dan dari hasil survei menggunakan kuesioner yang dilakukan, diperoleh jumlah kenaikan pendengar adalah 79%. Jadi jumlah kenaikannya melebihi jumlah yang ditargetkan oleh penulis. Untuk target jumlah pendengar Pro 2 RRI Semarang pun juga terpenuhi, di mana di awal pembuatan proposal penulis menargetkan jumlah kenaikan dari 29% menjadi 70%. Namun, dari hasil survei melalui kuesioner yang dilakukan diketahui bahwa jumlah pendengar Pro 2 RRI Semarang naik menjadi 83%.
- b. Sesuai dengan perencanaan, konsep program acara talk show Sore Binggo dapat memberi inspirasi dan menarik minat pendengar karena adanya beberapa ide-ide kreatif yang telah diterapkan antara lain dengan adanya vox pop yang diputar pada saat mulai masuk acara dan dibuat secara padat, menarik dan informatif. Kemudian adanya kuis hadiah tiket gratis XXI dimana untuk kalangan anak muda, menonton sinema adalah suatu hal yang sangat menarik.