



Pembuatan Program Talkshow

Wedangan di radio IBC FM

Karya Bidang

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan

Pendidikan Strata 1

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama : Dyah Puspita Saraswati

NIM : 14030111140113

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

2015

ABSTRAKSI

Judul Karya Bidang : Pembuatan Program Talkshow Radio *Wedangan*

Nama : Dyah Puspita Saraswati
NIM : 14030111140113
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Seiring dengan perkembangan zaman dan waktu, media dalam bentuk radio mulai banyak ditinggalkan. Saat ini banyak yang lebih memilih menggunakan media televisi atau media-media baru lainnya. Radio cenderung ditinggalkan karena para pendengarnya tidak dapat melihat bentuk visualnya. Namun tidak serta merta radio ditinggalkan begitu saja. Radio sendiri memiliki fungsi dan kegunaan yang unik serta tetap memiliki pendengarnya sendiri.

Menyadari adanya perkembangan pada media, radio juga harus melakukan sebuah inovasi agar tidak ditinggalkan para pendengarnya dan tetap menjadi sebuah media yang memiliki banyak fungsi. Dan dengan lahirnya ide-ide baru atau inovasi dalam program radio membuat penulis menciptakan sebuah program dalam bentuk talkshow yang berbentuk hiburan serta informatif. Melalui kerjasama dengan radio IBC FM penulis menuangkan segala ide kreatif untuk lahirnya sebuah program baru yang inovatif serta segar. Dengan menghadirkan nara sumber yang berbeda setiap minggunya membuat program talkshow ini menjadi lebih menarik.

Adapun tugas yang dilaksanakan selama pengerjaan program radio *Wedangan* ini yaitu sebagai creative director. Creative director disini bertugas mengonsep secara keseluruhan program ini. Selain itu, membuat script mulai dari script siar, script iklan, hingga script promo merupakan tugas dan tanggung jawab creative. Tidak hanya itu, dalam membuat design poster mingguan dan melakukan promosi di media sosial juga menjadi tugas creative director. Dengan mengolah sebuah data yang diberikan oleh produser menjadi menarik adalah sebuah tugas yang berat dan bagaimana menjadikan sebuah program ini menjadi program yang menarik dan berbeda dengan program lainnya.

Meskipun begitu ada pula beberapa hambatan yang dialami seperti kesiapan dalam membuat script, atau dalam menentukan angle yang akan diangkat menjadi tema besar, maupun topik yang keluar dari yang telah ditentukan. Namun, hambatan serta kesulitan seperti yang di jabarkan diatas, dapat diatasi dan tetap berjalan dengan baik.

Selanjutnya, dalam hal pencapaian target pendengar program talkshow *Wedangan*, ternyata mampu menaikkan jumlah pendengar hingga 50 % dari target awal yaitu menaikkan jumlah pendengar sebesar 35%. Hasil ini didapatkan setelah melakukan survei setelah program berakhir. Meskipun begitu masih terdapat beberapa kekurangan dalam program talkshow ini, seperti kesiapan dalam pra- produksi hingga budgeting. Hal tersebut perlu diperbaiki agar program talkshow *Wedangan* dapat menjadi program yang lebih baik.

Kata kunci: program radio, creative director, talkshow.

ABSTRACT

Title of work : **The Making of Talkshow Radio Program *Wedangan***
Name : **Dyah Puspita Saraswati**
Student ID : **14030111140113**
Major : **Communication Studies**

As the time flies, one of media forms, radio, tends to be abandoned. Nowadays, people prefer choosing medium of television or another new media. Radio tends to be abandoned because the listener cannot see its visual form. However, radio cannot be fully abandoned. Radio has its unique function and use and has its listener as well.

Realizing the existence of the development in the media, radio should also conduct an innovation so that the listeners cannot abandon it and constantly becomes one of media that has many function. As the new ideas and innovation in radio program created, it makes the writer creates a radio program in the form of an entertainment as well as informative talk show. Through the cooperation with IBC FM Radio, writer pours any creative ideas for the launch of a new program which is innovative and fresh. By inviting different interviewee or sources every week, it makes this talk show program becomes more attractive.

The performed task during the execution of the *Wedangan* radio program that is as creative director. Here, the creative director is in charge of conceptualizing the overall program. In addition, creating scripts such as broadcasting script, advertising script, promotion script is also the responsibility of the creative director. Moreover, another duties of the creative director are making weekly poster design and promoting it in social media. Processing a data provided by the producer and making it into an attractive one is not easy task, it is as daunting as making a program into an interesting, different and stand out program.

Even though there are some obstacles happened as readiness in making script, or determining particular angles to be appointed as a major theme, as well as topic which comes out of that has been determined. However, the obstacles and difficulties mentioned above can be overcome and the program keeps running well.

Furthermore, in term of achieving the target audience, *Wedangan* talk show program was able to increase the number of listeners up to 50% of the initial target that was 35%. The result obtained after conducting a survey right after the program ended. However, there are some shortcoming of the talk show program, such as readiness in pre-production to budgeting. That aspects need to be improved in order *Wedangan* talk show program can be a better program.

Key words: radio program, creative director, talk show.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak awal pemunculannya, radio telah menjadi media komunikasi massa yang *powerful*. Bahkan, radio pernah disebut-sebut sebagai *'the fifth estate'* - kekuatan kelima setelah koran. Namun, seiring dengan perkembangan teknologi, maka radio pun mengalami sejumlah perubahan (Astuti,2008:11). Seiring perkembangan waktu, radio saat ini menjadi tergeser oleh adanya media-media lain seperti televisi maupun media online. Dan lagi dengan adanya teknologi baru pada awal 2000-an, iPod player mp3 yang bisa dibawa kemana-mana ini membuat pendengar radio menyusut. Dengan alat dan musik yang bisa diunduh melalui internet atau CD, orang bisa menyusun daftar lagunya sendiri (Vivian,2008:202).

Adanya suatu kebutuhan dari radio IBC FM yang menginginkan suatu program talkshow yang bersegmentasi anak muda, yang dapat memberikan inspirasi bagi anak muda, dan dapat menarik pendengar maka kami membuat program talkshow yang dikemas secara ringan serta berbeda agar pendengar dapat tertarik serta mengikuti program talkshow yang kami buat. Selain itu melihat radio-radio di Semarang yang bersegmentasikan anak muda, belum ada yang mempunyai program talkshow. Hal ini dapat menjadi salah satu keunggulan program talkshow yang kami buat di radio IBC FM.

Dalam program talkshow ini kami menggunakan media sosial sebagai tempat promosi program ini serta menghitung berapa banyak jumlah pendengar yang mengikuti program ini. Karena media sosial saat ini merupakan sarana komunikasi yang sedang diminati oleh masyarakat. Dan penggunaan media sosial tentunya dinilai sangat efektif guna mempromosikan dan menghitung jumlah pendengar yang mengikuti program kami dengan

cara melalui mention twitter atau layanan sms. Selain itu untuk narasumber di dalam program talkshow yang kami buat, kami mengandalkan anak-anak muda yang berpengaruh di kota Semarang ini. Seperti contohnya ia adalah seorang musisi band ternama di kota Semarang guna menarik animo pendengar. Berangkat dari masalah tersebut kami bekerja sama dengan IBC FM bertujuan ingin memunculkan kembali program talkshow yang pernah ada dengan format yang berbeda.

1.2 Tujuan dan Goals

Tujuan dari dibuatnya program radio ini adalah untuk memunculkan kembali program talkshow yang pernah ada di IBC FM. Dan *Goals* dari pembuatan program ini adalah membuat pendengar semakin mengetahui radio IBC, meningkatkan jumlah pendengar dari 50% menjadi 85%.

BAB II

RADIO IBC FM SEMARANG

DAN PROGRAM TALKSHOW WEDANGAN

2.1 Radio IBC FM Semarang

Di era globalisasi saat ini dibutuhkan keahlian serta ketepatan dalam menargetkan konsumen. Selain profesional dalam mengelola semuanya, sebuah media merupakan salah satu kebutuhan untuk mengenalkan sebuah produk kepada masyarakat.

Radio IBC adalah salah satu dari radio lokal yang ada di wilayah Semarang. Radio IBC ini memiliki *tagline* yaitu orang Semarang semua suka, namun di tahun 2014 IBC merubah *tagline*-nya menjadi *Good Music, For Good People* karena IBC sendiri tidak ingin mendiskriminasikan pendengar, dimana pendengar IBC ini bukan hanya orang Semarang. Hal ini juga disesuaikan dengan setting pemancar yang menembak luas ke arah pantura yaitu Semarang, Ungaran, Purwodadi, Demak, Kendal, Weleri, Pati, Kudus, Salatiga dengan radius pancaran 80 km efektif dan daya pancar 10.000 watt.

2.2 Program Talkshow *Wedangan*

Program talkshow *Wedangan* merupakan sebuah program talkshow inspiratif yang mengangkat anak-anak muda Semarang. Narasumber yang dipilih memiliki minat serta kemampuan pada bidangnya masing-masing, juga memiliki dedikasi yang tinggi terhadap pembangunan kota Semarang. Nama program *Wedangan* sendiri diambil dari bahasa Jawa yang artinya berkumpul bersama teman sambil menikmati minuman hangat. Arti tersebut sesuai dengan program yang penulis buat yaitu talkshow yang bersifat santai dengan obrolan ringan namun inspiratif. Dan karena penulis ingin tetap mengangkat kelokalan radio IBC maka penulis memakai bahasa Jawa untuk nama program yang penulis buat.

BAB III

PERSIAPAN DAN PELAKSANAAN

CREATIVE DIRECTOR PROGRAM TALKSHOW WEDANGAN

3.1 *Creative Director*

Creative director dalam setiap radio memiliki fungsi yang sama, yaitu membuat dan mengemas program secara menarik dengan tujuan sebuah program tersebut agar diterima oleh pendengar. Di radio IBC FM seorang *creative director* juga membuat serta mengonsep sebuah program yang menarik, berikut beberapa episode program *Wedangan* yang sudah penulis lakukan selaku *creative director*.

3.1.1 Episode Musisi Semarang

Penulis mengangkat isu musisi Semarang karena musik adalah salah satu hal yang melekat dengan segala segmentasi usia terutama kecintaan anak muda terhadap musik. Di Semarang juga sudah banyak lahir musisi - musisi ternama. Narasumber yang penulis pilih yaitu Gatot Hendraputra.

Persiapan Program Talkshow

Sebelum program talkshow berlangsung penulis mempersiapkan berbagai hal, yang pertama adalah membuat *script*. Dalam membuat *script*, penulis menyusun program talkshow dari awal hingga akhir.

a. Pelaksanaan Program Talkshow

Selama program talkshow berlangsung penulis menjadi admin seluruh jejaring sosial yang dimiliki oleh radio IBC FM. Melalui *twitter* penulis menginformasikan program talkshow ketika berlangsung dengan menggunakan *tweet-tweet* menarik.

b. Kendala

Kendala yang terjadi pada episode pertama ini adalah kurangnya persiapan yang matang dari penulis dalam membuat *script*.

Solusi

penulis harus menjelaskan secara lisan dan detail kepada penyiar serta narasumber agar mereka dapat mengerti yang penulis maksud. Sebagai pembelajaran penulis tidak melakukan hal ini untuk episode-episode selanjutnya.

BAB IV

HASIL DAN EVALUASI PROGRAM

TALKSHOW WEDANGAN

4.1 Hasil

Berdasarkan hasil data profil pendengar radio IBC FM dapat disimpulkan bahwa usia produktif yang mendengarkan radio ini adalah usia-usia anak muda yang aktif yaitu di usia 21 hingga 25 tahun. Dengan usia yang digolongkan dengan usia yang aktif ini menunjukkan bahwa pada usia ini, anak muda yang menjadi target sasaran penulis memang aktif mendengarkan radio, maupun aktif dalam memberikan saran-saran terhadap program yang berlangsung. Dan di usia yang menjadi target pendengar tersebut sebagian besar merupakan mahasiswa. Mengapa banyak mahasiswa yang justru mendengarkan radio, karena mahasiswa lebih banyak memiliki waktu luang, dan dapat menentukan waktunya sendiri, ketika kapan ia ingin bersantai sejenak dan mencari hiburan, dan kapan waktunya ia beraktivitas.

4.2 Media Sosial

Media sosial adalah cara yang tepat untuk mempromosikan sebuah program *talkshow Wedangan* yang telah penulis buat. Melalui media sosial, target pendengar dapat sesuai dengan yang telah direncanakan. Saat ini hampir semua orang memiliki media sosial, melalui media sosial semua dapat mengetahui sebuah informasi secara cepat. Oleh karena itu media sosial dapat menjadi sarana publikasi program *Wedangan*. Media sosial yang dipilih penulis adalah Twitter, Facebook, dan Line. Ketiga media sosial ini dipilih karena dari beberapa riset menunjukkan bahwa ketiganya merupakan media sosial yang sering digunakan pendengar.

4.3. Evaluasi Per Job Desk

Evaluasi merupakan hal yang penting ketika pelaksanaan telah selesai dilakukan. Evaluasi digunakan untuk mengetahui hasil yang diraih dari kegiatan yang telah dilakukan, pencapaian target yang telah direncanakan sebelum memulai kegiatan, serta kelebihan dan kekurangan dari

kegiatan tersebut. Sehingga dapat menjadi suatu bahan pembelajaran dan masukan bila kegiatan serupa akan dilakukan dikemudian hari. Selain itu, evaluasi juga dapat menjadi bahan koreksi atas kinerja pada *job- desk* yang telah dilakukan.

A. Creative Director

Penulis disini sebagai *creative director* bertugas membuat konsep program talkshow Wedangan. Bagaimana membuat sebuah program *talkshow* yang berbeda dengan lainnya, bagaimana mengemas sebuah program agar terdengar menarik dan juga sesuai dengan target pendengar. Selain itu penulis juga membuat segala bentuk *script*, baik itu *script* siar per episode, *script* iklan program, *script* promosi, *script voxpop*, hingga *script* testimoni artis-artis untuk program *talkshow Wedangan*.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Sesuai hasil dan evaluasi terdapat beberapa kesimpulan, diantaranya:

Program *Wedangan* ini sudah sesuai dengan konsep awal atau konsep perencanaan dimana program ini adalah sebuah program yang diberikan untuk anak-anak muda, yang memang target sasaran pendengarnya anak muda, maka dari itu penulis membuat sebuah program yang dekat dengan anak muda, dengan nara sumber yang pastinya anak muda dan juga inspiratif.

Berikut adalah beberapa saran yang dapat penulis sampaikan berkaitan dengan pembuatan program sejenis. Segala macam bentuk persiapan di awal atau yang dinamakan dengan pra-produksi harus disiapkan secara matang, mulai dari konsep hingga promosi program. Dalam membuat sebuah program tentukan target pendengar lalu temukan apa yang menjadi kebutuhan dari target pendengar. Sehingga program yang dibuat dapat sesuai dengan target dan sesuai kebutuhan. Memiliki banyak relasi baik dibidang radio, promosi, atau apapun yang dapat mendukung jalannya program radio yang dibuat.

DAFTAR PUSTAKA

Astuti, Santi Indra.(2008). Jurnalisme Radio Teori dan Praktik. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Masduki. (2006). Jurnalistik Radio. Yogyakarta: LkiS Yogyakarta.

M. Romli, Syamsul Asep. (2010). Broadcast Journalism. Bandung: Nuansa.

Santana. K, Septiawan. (2005). Jurnalisme Kontemporer. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Nurudin. (2011). Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Vivian, John.(2008). Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Prenada Media Group.