



**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 : Dilla Maulida

NIM : 14030111140124

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

2015

ABSTRAKSI

Judul Karya Bidang : Pembuatan Program Talkshow *Wedangan*

Nama : Dilla Maulida

NIM : 14030111140124

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Memasuki era baru, dimana persaingan media semakin ketat. Banyak media baru yang bermunculan sebagai sarana informasi dan hiburan. Radio adalah salah satu media lama yang hingga kini masih memiliki eksistensi dalam memberikan informasi dan hiburan dengan terus berinovasi dalam program-program yang dimilikinya.

Menyadari belum adanya program talkshow radio pada radio-radio di Semarang yang bersegmentasi anak muda, maka dibuatlah program talkshow radio *Wedangan*. Program talkshow radio yang inspiratif tapi menghibur. Bekerjasama dengan radio IBC FM Semarang, selama satu bulan program ini berjalan dengan tema-tema dan mendatangkan satu narasumber yang berbeda setiap kali siarnya. Sarana promosi yang digunakan dalam program ini adalah twitter, facebook, instagram, path, dan line.

Tugas yang dilaksanakan selama pelaksanaan program ini adalah sebagai produser. Sebagai produser hal yang dilakukan membuat konsep pra dan hari H program, mencari bahan materi siaran, mengatur dan mengawasi saat program berjalan. Produser juga memberikan evaluasi setelah program selesai agar program selanjutnya dapat berjalan lebih baik.

Meskipun begitu ada pula beberapa hambatan yang dialami seperti mengalami kesalahpahaman dengan narasumber, kekurangan bahan materi siaran, kesulitan dalam mencari narasumber. Namun, secara keseluruhan hambatan tersebut bisa diatasi.

Selanjutnya, dari hasil data kuesioner yang diperoleh bahwa pendengar radio IBC FM meningkat 50% dari target yang ditentukan sebelumnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa melalui program *Wedangan* dapat menaikkan jumlah pendengar radio IBC FM. Konsep dapat berjalan sesuai dengan rencana. Program *Wedangan* mampu mencapai target sasaran pendengar yaitu anak muda. Meskipun begitu masih terdapat beberapa kekurangan dalam program *Wedangan*, seperti kurang matangnya persiapan serta publikasi. Hal tersebut perlu diperbaiki agar program *Wedangan* di episode selanjutnya dapat lebih baik.

Kata kunci: radio, program, talkshow

ABSTRACT

Title : *The Making of Wedangan talkshow program*
Name : Dilla Maulida
Student No. : 14030111140124
Major : **Communication Studies**

Entering a new era, where media's competition getting tougher. Many of new media appear as information facilities and entertainment. Radio is one of the old media that still have existence to provide information and entertainment by continuing to innovate that programs.

Realizing the lack of radio's talkshow program in Semarang segmented teenager, then the reason Wedangan radio talkshow program was made. Radio talkshow program who inspired but entertaining. Cooperate with IBC FM radio Semarang, for one month the program running with different themes and one informant for each episode. Twitter, facebook, instagram, path, and line be the promotion facilities for this program.

Tasks performed during the implementation of this program is producer. Make the concept of pre and day H program, looking for broadcast material, organize and watching the program's run are the job as the producer. Be producer also provide an evaluation after the program is completed, so the the program can be run better.

However, there're also same obstacles experiences such as miss understanding with informant, broadcasting material shortages, difficulting to find the informant. But, overall these obstacles can be overcome.

Furthermore, the result of the questionnaire data obtained that the IBC radio listeners increased 50% from the target predetermined. That thing shows through the Wedangan program could increase the number of IBC FM radio listeners. The concept will be implemented as the plan. The Wedangan program is able to achieve the listener target which is teenager. Even there are some deficiencies in Wedangan program, such as the lack of maturation of preparation and publication. That deficiencies should be repaired to make Wedangan program can be better in the next episode.

Keywords : radio, program, talkshow

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. Pendengar radio mulai meninggalkan radio, salah satunya karena radio hanya bersifat audio tidak memiliki sifat visual seperti televisi yang memiliki keduanya.

Hingga saat ini radio masih dapat bertahan dengan memberikan kebutuhan publik sebagai sarana hiburan dan informasi. Walaupun perkembangan zaman yang terus maju, radio tetap bertahan dengan mengikuti jamannya dengan gaya masa kini serta inovasi-inovasi yang dilakukan oleh radio tersebut. Radio saat ini juga banyak melakukan inovasi untuk menarik pendengarnya dengan cara membuat program radio yang bersegmentasi anak muda karena lebih mudah untuk menarik massa.

Dengan adanya program yang dibuat oleh radio merupakan cara mereka untuk berkomunikasi dengan publik. Program ini tentunya di sesuaikan dengan target pasar radio masing-masing. Dengan memiliki target pasar maka program yang kami buat dapat terarah. Program yang kami buat untuk memenuhi kebutuhan publik sebagai sarana informasi serta hiburan yang dikemas secara menarik.

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.

1.2 Rumusan Masalah

Radio IBC salah satu radio di Semarang merupakan radio yang memiliki sasaran anak muda. IBC FM memiliki karakteristik tersendiri yaitu bersifat “Semarangan”. Hal tersebut didukung dengan program hiburan yang mereka miliki dan penyiar yang memiliki ciri khas siaran. IBC tidak hanya menyuguhkan hiburan seperti musik dan memberikan informasi terbaru tetapi juga memiliki program talkshow. Namun, sekarang program tersebut tidak disiarkan lagi karena keterbatasan sumber daya manusia sehingga tidak terkelola dengan baik.

Berangkat dari masalah tersebut kami bekerja sama dengan IBC FM bertujuan ingin memunculkan kembali program talkshow yang pernah ada dengan format yang berbeda. Program ini kami buat dengan mengajak anak muda Semarang untuk ikut berpartisipasi yaitu sebagai narasumber. Dimana mereka adalah anak muda yang berbakat memiliki kelebihan dalam bidang yang berbeda-beda.

1.3 Tujuan dan Goals

Tujuan dari dibuatnya program radio ini adalah untuk memunculkan kembali program talkshow yang pernah ada di IBC FM karena program ini sebelumnya memiliki banyak pendengar namun tidak terkelola dengan baik. Lalu membuat program talkshow yang inspiratif untuk meningkatkan pendengar khususnya anak muda. Dan juga meningkatkan *awareness* pendengar kepada IBC FM.

Goals dari pembuatan program ini adalah membuat pendengar semakin mengetahui radio IBC, meningkatkan jumlah pendengar dari 50% menjadi 85%. Dengan beberapa strategi promosi yang kita miliki, melalui promosi yang menarik dapat meningkatkan perhatian dan ketertarikan pendengar terhadap radio IBC FM.

BAB II

RADIO IBC FM SEMARANG

DAN PROGRAM TALKSHOW WEDANGAN

2.1 Radio IBC FM Semarang

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.

Target radio IBC disini juga ingin mengedukasi musik untuk pendengar yang baik dengan musik yang terbaik pula. Tidak hanya memberikan hits musik tapi juga *hits maker*. Sesuai dengan SES IBC FM yang mengambil ranah keluarga dan *enterpreneur* muda, yang memiliki jiwa inovatif dan kreatif menjadi alasan lain *tagline* IBC dirubah menjadi *Good Music, For Good People*.

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

PRODUSER PROGRAM TALKSHOW WEDANGAN.

3.1.1.3 Tema Entrepreneur

Memilih tema entrepreneur karena banyak anak muda saat ini terjun di dunia usaha. Dan berbagai macam usaha yang dibangun oleh anak muda. Hal ini cukup menarik penulis karena semakin banyak anak muda yang memiliki usaha dan mereka banyak bersaing. Oleh karena itu menurut penulis perlu adanya *sharing* antar pengusaha muda yang sedang berkembang. Penulis mengundang Dimas Arizasela yaitu seorang pengusaha muda yang sudah lama terjun di dunia usaha. Sehingga dapat memberikan tips atau inspirasi bagi anak muda yang juga berada di dunia usaha.

a. Persiapan

Pada episode ketiga ini persiapan yang dilakukan adalah mencari narasumber. Setelah menghubungi narasumber penulis memastikan bahwa narasumber dapat hadir dalam talkshow. Penulis mencari orang untuk membuat voxpop. Jika angle sudah ditetapkan maka data tadi juga diserahkan kepada kreatif untuk dibuat materi siaran.

b. Pelaksanaan

Pada pelaksanaan episode ketiga penulis seperti biasa memberikan briefing arahan kepada narasumber bagaimana alur programnya. Memberikan arahan tentang gimmick-gimmick saat acara berlangsung. Setelah itu narasumber juga diberikan briefing mengenai konten apa saja yang ada dalam program. Saat program berjalan penulis juga mengatur waktu. Saat acara selesai penulis melakukan evaluasi bersama kreatif.

c. Kendala

Kendala di episode ketiga adalah sulit untuk memberikan *challenge* kepada narasumber karena seorang entrepreneur.

d. Solusi

Solusi dari kendala tersebut adalah penulis meminta narasumber untuk menyanyikan lagu ciptaan sendiri. Karena narasumber juga seorang vokalis sebuah band lokal di Semarang.

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. Dan di usia yang menjadi target pendengar tersebut sebagian besar merupakan mahasiswa. Selanjutnya secara keseluruhan radio IBC FM ini sudah dikenal oleh masyarakat kota Semarang. Dan kebanyakan dari mereka mengetahui radio IBC FM ini dari jenis jejaring sosial *Twitter*. Kebanyakan dari pendengar hanya mengetahui 2 program saja yang terdapat di radio IBC. Dan kebanyakan pendengar mengetahui program malam di IBC yaitu *The Ngocol* karena program ini ada pada saat malam hari. Oleh karena itu program *talkshow Wedangan* hadir di dalam program *The Ngocol*. Setelah program *Wedangan* berjalan sebulan respon pendengar terhadap program ini cukup baik, banyak yang mengetahui program tersebut. Sebagian besar pendengar juga mengatakan program *Wedangan* ini sudah menginspirasi serta sesuai dengan segmentasi anak muda. Dalam artian program *Wedangan* ini sudah sesuai dengan target penulis dan mampu menginspirasi banyak pendengar.

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*.

4.2.4 Evaluasi Jobdesk

Ketika membuat suatu program evaluasi perlu dilakukan setelah pelaksanaan program selesai. Dalam membuat program pasti ada pembagian jobdesk. Pada program *Wedangan* terdapat dua jobdesk yaitu produser dan creative director. Disini jobdesk penulis sebagai produser.

4.2.4.1 Produser

Penulis menjalani jobdesk sebagai produser dilakukan sebelum program berlangsung dan saat program berlangsung. Saat perencanaan program produser membuat konsep program yang akan dijalankan nantinya. Produser menentukan tema yang akan disiarkan juga menentukan narasumber yang akan mengisi program tersebut. Tugas lainnya adalah mengatur jadwal narasumber untuk di undang ke dalam program talkshow Wedangan. Produser juga bertanggung jawab atas sebuah program dalam suatu acara di radio tersebut. Setelah itu pada tahap produksi produser menjadi penata acara, pemantau acara, pedamping penyiar. Mengawasi dan mengontrol jalannya acara dari awal hingga akhir.

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Program Wedangan berhasil memenuhi target pendengar. Total prosentase akumulatif pendengar selama satu bulan pada program Wedangan adalah meningkat menjadi 100%. Sesuai dengan perencanaan, konsep program Wedangan berupa talkshow yang inspiratif tetapi menghibur dengan obrolan yang ringan. Memiliki target sasaran anak muda sebagai pendengarnya. Memilih narasumber yang dekat dengan anak muda dan memiliki pengaruh yang besar terhadap pendengar. Terdapat beberapa perubahan tema talkshow yang telah direncanakan sebelumnya, namun tidak mempengaruhi konsep program. Total tema yang berjalan selama 1 bulan adalah 8 tema yang berbeda dengan satu menghadirkan 1 narasumber dan dilakukan sebanyak 2 kali siar setiap minggunya. Terjadi pembengkakan budget saat program berjalan.

5.2 SARAN

Dalam proses pra produksi dan saat program berjalan persiapkan segala sesuatunya secara matang. Mulai dari kontak narasumber, testimoni untuk iklan, melakukan promosi, dan bahan materi siar. Proses pembuatan program talkshow harus melihat jenis program apa yang dibutuhkan oleh pendengar. Jadi, jika ingin membuat program talkshow radio harus melakukan survey ke lapangan mengenai kebutuhan pendengar. Usahakan mempunyai relasi dengan akun-akun promosi media sosial guna melakukan publikasi yang lebih efektif. Membuat angle tema yang menarik. Dimana nantinya topik pembahasan dapat menginspirasi pendengar dan menarik perhatian pendengar untuk mengikuti program tersebut.

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.

<http://id.techinasia.com/laporan-pengguna-website-mobile-media-sosial-indonesia/>

<http://jarvis-store.com/artikel/jumlah-pengguna-website-mobile-dan-media-sosial-di-indonesia-maret-2015>

http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker#.VVwiD2NjLIU