

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Semenjak awal kemerdekaan hingga era orde baru, radio merupakan media massa yang memiliki rekam jejak yang cukup panjang dan menakjubkan. Media radio yang dapat dikatakan sahabat masyarakat dari berbagai lapisan sebagai media yang dapat menemani, menghibur, dan menyampaikan berbagai informasi baru yang diperlukan oleh masyarakat. Radio dikatakan sebagai sahabat masyarakat dari berbagai lapisan dikarenakan media radio memungkinkan beragam orang dengan latar pendidikan dan adat istiadat yang berbeda mengkonsumsi radio dengan media media radio yang memberikan kemudahan penyebaran informasi melalui jaringan suara, bahkan, orang buta huruf sekalipun masih bisa memahami informasi, berinteraksi, memberikan testimoni, dan berpartisipasi dalam media radio. Memasuki tahun 1990, peran radio tersebut mulai kehilangan jejaknya dan sempat dianggap mati suri dengan mulainya era televisi, dan media internet yang merajalela. Banyak pendengar radio yang mulai beralih ke acara yang dihadirkan di Televisi karena lebih menayangkan visualisasi yang dapat di lihat dan mudah dicerna daripada acara di radio yang hanya menyajikan suara saja.

Menurut riset yang dipublikasikan oleh VOA Indonesia jelang akhir 2012 menunjukkan bahwa masyarakat inonesia lebih banyak mengakses informasi atau berita menggunakan TV yaitu Sebanyak 87% orang dewasa. Sedangkan orang yang

mendengarkan berita atau informasi lewat media radio hanya sekitar 12%. Kejayaan radio di udara, berdasarkan hasil riset tersebut, rupanya sedang memudar. Hampir semua keunggulan media radio --seperti cepat, gudang lagu, dan portable (mobile, fleksible)-- diambil alih atau diungguli oleh Televisi dan Internet. Hanya *Theatre of Mind* dan kehangatan penyiar-pendengar yang masih belum ada lawannya.

(dikutip;<http://www.romelteamedia.com/2014/04/jumlah-pendengar-radio-menurun-drastis.html>)

Perkembangan media massa yang cepat di era global ini memang tidak bisa dibendung dan dihentikan karena dalam kehidupan sehari-hari apalagi di era global ini kita memerlukan perkembangan teknologi untuk memudahkan kegiatan kita sehari-hari, di lingkungan rumah maupun tempat kerja (kantor). Melihat kebutuhan – kebutuhan ini, para pekerja penyiaran bukan berdiam diri. Seiring dengan perkembangan teknologi, media radio mengalami beberapa perubahan. (Astuti,2008;11).

Beberapa inovasi dan strategi kreatif ditambahkan dan digunakan dalam pengoperasian media radio oleh para pegiat radio, dan kini media radio ini mampu eksis kembali menyapa para pendengar yang tersisa. Meskipun sempat surut, namun berkat beberapa inovasi dan strategi kreatif yang dilakukan oleh para pegiat radio, menyebabkan kembalinya eksis media radio. Pada tahun 2016 radio masih menjadi sumber informasi primer dunia. Data Organisasi Pendidikan, Ilmu Pengetahuan, dan Kebudayaan Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB) itu menyebutkan, di tengah dominasi teknologi digital sebagai sarana modern penyebaran informasi, radio masih menjadi

sumber utama informasi bagi kebanyakan orang di seluruh dunia. "Radio masih menjadi media yang mencapai audiens terluas di seluruh dunia, dalam waktu secepat mungkin," demikian pernyataan UNESCO. Menurut data PBB, sekitar 44.000 stasiun radio masih setia didengarkan oleh setidaknya lima milyar pendengar atau 70% penduduk dunia. (dikutip;<http://www.romelteamedia.com/2016/05/radio-masih-jadi-sumber-informasi.html>)

Media radio ini masih eksis karena memiliki keunggulan "*Uniqe usage characteristic*", yakni bersifat *eyes free* dan *hands free*. Mendengarkan radio tidak perlu menggunakan indera penglihatan, dan tangan kita juga tidak perlu terpaku pada pesawat radio. Karena itu kita bisa mendengarkan radio kapan saja dan di mana saja, bisa sambil menyetir mobil, di kantor sambil bekerja, ataupun sambil memasak. Meskipun dari segi industri, radio tetap menjanjikan, namun trend radio saat ini sudah berubah. Apabila dulu, sebagai media, Radio disebut sebagai lembaga broadcasting, radio membidik segmen yang luas (Broad). Namun saat ini, segmen radio menyempit dan hanya terfokus pada niche atau ceruk segmen tertentu saja. Maka Radio saat ini disebut sebagai narrowcasting. (Astuti,2008;14).

LPP RRI Semarang merupakan salah satu dari radio Nasional yang sudah melakukan berbagai kreativitas untuk mempertahankan program – program berita produk radio yang ada di semua program acaranya. Hal ini tidak lepas dari berdirinya LPP RRI Semarang yang menjadi radio pertama yang menyiarkan kemerdekaan Indonesia. Hal tersebut membuat LPP RRI Semarang dipandang masyarakat tidak bervariasi dalam beritanya, atau dikatakan kurang berpihak terhadap kepentingan

umum. Oleh karena itu untuk tetap mempertahankan pendengar yang makin bervariasi kebutuhannya, LPP RRI Semarang tidak hanya menyediakan berita tentang kebijakan publik tetapi juga informasi yang menarik, kreatif, dan mendidik masyarakat. Sebagai radio bangsa, RRI memiliki 62 stasiun penyiaran termasuk Siaran Luar Negeri dan lima satuan kerja lain, yaitu: Pusat Pemberitaan, Pusat Penelitian dan Pengembangan (Puslitbangdiklat), Satuan Pengawasan Intern, serta diperkuat 16 studio produksi serta 11 perwakilan RRI di luar negeri. RRI juga memiliki empat Program, yang disebut Pro1 untuk siaran umum bagi semua kalangan, Pro2 untuk siaran kreatifitas pemuda, Pro3 untuk siaran nasional, dan Pro4 untuk siaran budaya. Program di RRI sendiri semua dijalankan dengan mengedepankan Prinsip Lembaga Penyiaran Publik Indonesia, antara lain, LPP adalah lembaga penyiaran untuk semua warga Negara, Siarannya harus menjangkau seluruh wilayah Negara, Siarannya harus merefleksikan keberagaman, Siarannya harus berbeda dengan lembaga penyiaran lainnya, menjadi *flag carrier* dari bangsa Indonesia, mencerminkan identitas bangsa, perekat dan pemersatu bangsa. Karena itu LPP RRI mengedepankan program yang bersifat umum dan berdasarkan nilai nilai budaya dan moral Pancasila serta UUD 1945.

Dalam Program 1 di LPP RRI sendiri, memiliki segmen pendengar masyarakat segala usia dari kota hingga pedesaan dan pendengar utama dari usia 17 hingga 50 tahun Dengan frekwensi AM 801 Khz, dan FM 89 MHZ melingkupi daerah Jawa tengah dan sekitarnya. Berdasarkan hal tersebut, RRI PRO 1 Semarang memiliki sebuah program yang tidak sekedar memberikan informasi, melainkan dapat pula membentuk anak bangsa yang memiliki moral budaya serta nilai-nilai yang dianut oleh

Pancasila dan UUD 1945, di LPP RRI Programa 1 (PRO 1) yang memiliki visi pemberdayaan masyarakat. Program tersebut berjudul “Jateng Pagi” yang disiarkan satu kali dalam seminggu pada hari Selasa pukul 08.00 WIB hingga pukul 09.00 WIB. Program ini menyajikan program forum diskusi yang inspiratif. Dengan menggunakan konsep penyiar bersama dengan mengundang beberapa narasumber yang merupakan seorang pakar atau ahli di bidang tertentu. Program ini membahas isu-isu yang berkaitan dengan Budaya, Politik, Ekonomi dan khususnya berkaitan dengan isu-isu tersebut yang terjadi di sekitar Jawa Tengah.

Namun, dalam praktiknya, program “Jateng Pagi” ternyata tidak didengarkan oleh semua rentang usia sesuai dengan segmentasi pendengar RRI PRO 1 Semarang, yaitu usia 17 tahun hingga 50 tahun. Berdasarkan data pendengar yang kami peroleh dari RRI PRO 1 Semarang, pendengar yang memberikan *feed back* yaitu hanya usia 30 tahun sampai dengan 50 tahun. Oleh karena itu, kami ingin menciptakan kembali program “Jateng Pagi” dengan konsep yang baru. Forum diskusi “Jateng Pagi” yang baru akan melibatkan mahasiswa sebagai narasumbernya. Nantinya, program ini bisa sebagai wadah untuk mahasiswa atau masyarakat yang kurang puas atau mengeluhkan sesuatu namun tidak dapat mengeluarkan suaranya. Dalam acara yang berbentuk forum diskusi ini kami akan menghadirkan mahasiswa dari berbagai universitas yang ada di Semarang untuk berdiskusi mengenai isu-isu budaya, politik dan ekonomi terbaru seputar Jawa Tengah Khususnya. Karena dibahas dengan perbincangan yang ringan maka diskusi ini akan lebih mudah dimengerti oleh berbagai kalangan.

Selain mendapatkan Informasi dari perbincangan tersebut, masyarakat juga dapat ikut berpartisipasi dalam dialog interaktif sehingga program ini menjadi lebih dekat dengan para pendengar.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Media radio memiliki kekuatan tersendiri yang tidak dimiliki oleh media masa lain. Kekuatan tersebut adalah kemampun media radio untuk membuat masyarakat lebih dekat dengan penyiar dan juga *Theater of Mind*-nya. Dengan kekuatan *Theater of mind* masyarakat dapat membayangkan situasi, wajah yang di buat oleh narasumber dan penyiar yang sedang melakukan acara sesuka hati masyarakat. Kelebihan inilah yang bisa menjadi kekuatan bagi media radio untuk kembali membuat masyarakat mau menikmati radio sebagai sumber informasi dan teman untuk hiburan masyarakat. Siaran radio yang bersifat *Keep and Touch* (membuat pendengar seakan benar – benar berinteraksi langsung dengan seorang teman) yang bisa dijadikan kekuatan untuk mengembalikan pendengar radio agar tidak selalu mengandalkan internet sebagai sumber informasi yang terkadang sumbernyapun masih belum bisa dipertanggungjawabkan.

Di Indonesia sendiri pada umumnya media radio menggunakan jenis program interaktif. Jenis program ini menciptakan komunikasi dua arah (*two-way communication*), antara pendengar dan penyiar. Misalnya saja program siaran radio dalam sesi *Question and Answer* program, program kuis, Kompetisi On – Air dan program lain yang mendorong pendengar ikut berdiskusi yang memberikan kesempatan kepada pendengar untuk berinteraksi dengan penyiar radio, seperti

wawancara dengan masyarakat (Voxpop), papan catatan komunitas, ucapan selamat, dan segmen *phone in* ini mengembangkan pendengar, seperti misalnya program. Jenis program di radio ini yang memiliki potensi tinggi untuk menarik khalayak atau jumlah pendengar radio itu sendiri.

Masyarakat saat ini lebih senang akan hal-hal baru, berbagi informasi (sharing) dengan orang lain secara umum dan mendapatkan informasi terkini atau *up to date*, yang berguna untuk kehidupan sosial mereka dan juga dapat digunakan sebagai kekuatan yang bisa menarik perhatian masyarakat untuk kembali mendengarkan radio. Media radio yang dapat didengarkan kapanpun dan dimana pun dapat berguna bagi masyarakat yang tidak sempat membaca isu terbaru dari koran, ketika tiba-tiba bertemu dengan seseorang dan berbincang-bincang tentang isu terbaru.

Sebenarnya RRI sudah mengerti akan hal ini dan sudah menyediakan “lahan” bagi siapa saja untuk berkreasi dan saling berbagi. Hal ini tentunya berlaku juga bagi masyarakat yang ada di Semarang dan sekitarnya untuk menyampaikan aspirasi mereka melalui program “Jateng Pagi”. Program ini bertujuan untuk mengajak para mahasiswa yang memiliki kemampuan berbicara namun tidak memiliki kanal untuk menyampaikan pendapatnya. Di dalam program “Jateng Pagi” ini kami akan mengajak beberapa mahasiswa untuk menjadi narasumber dan membagi aspirasi mereka dalam masing-masing bidang yang digeluti. Di sini tidak hanya mahasiswa saja yang akan menjadi narasumber, kami juga akan mengundang satu orang pakar yang dinilai relevan dalam bidang tersebut.

1.3 TUJUAN

Program “Jateng Pagi” merancang kembali atau *re-creating* program radio “Jateng Pagi” dari RRI PRO 1 Semarang untuk meningkatkan jumlah pendengar aktif.

1.4 KERANGKA PEMIKIRAN

1.4.1 Karya-karya Jurnalistik Radio

Kegiatan jurnalistik dalam lembaga penyiaran atau dalam suatu stasiun swasta berupa produksi mata acara siaran atau program siaran berita. Berbeda dengan media cetak yang dinikmati dengan cara dibaca, media elektronik radio dinikmati dengan cara mendengarkan. Keuntungan membaca, apabila terdapat sesuatu yang tidak jelas, dapat diulang. Namun tidak demikian radio, apabila terdapat gangguan saat mendengarkan siaran radio, tidak akan dapat mengulang untuk mendengarkan beberapa patah kata.

Dalam elemen radio (suara) terkandung unsur penulisan (naskah) menggunakan prinsip-prinsip pemikiran verbal. Oleh karena itu, unsur verbal diperlukan untuk penyusunan naskah beritanya. Naskah itu dapat menambah informasi atau kejelasan dari laporan langsung yang muncul. Jadi, karya jurnalistik radio atau sebetulnya semua program radio, elemen audio, seperti suara latar belakang, ilustrasi musik dan sebagainya diperlukan sebagai pelengkap. Yang lebih penting, bagaimana menyusun dan menyajikan berita dan laporannya sehingga dengan mendengar saja, pendengar seolah-olah dibawa untuk menyaksikan (imajinasi) peristiwa yang terjadi (Wibowo, 2012 : 254).

Jurnalistik radio bertolak dari orientasi audio. Oleh sebab itu, apa yang dilaporkan oleh reporter adalah berita atau informasi untuk telinga. Sajian laporan yang disiarkan melalui radio atau yang lazim disebut ungkapan auditis harus jelas (susunan kalimat tepat, tekanan kata, atau intonasi pada tempatnya, dan diksi bagus), urutan penceritaan kejadian runtut (mudah dimenegerti dan diikuti perkembangan peristiwanya). Materi ungkapan cukup (tidak diulang-ulang kejadian yang sama untuk memberi ilustrasi pada penjelasan seorang otoritas), penjelasan narasi atau laporan verbal tidak bertele-tele, sederhana dan tepat. Berlaku rumus *ELF : Easy Listening Formula* (Wibowo, 2012 : 255).

1.4.2 Program Radio

Setiap program siaran harus mengacu pada pilihan format siaran tertentu seiring makin banyaknya stasiun penyiaran dan makin tersegmennya audien. Format siaran diwujudkan dalam bentuk prinsip-prinsip dasar tentang apa, untuk apa, dan bagaimana proses pengolahan suatu siaran hingga dapat diterima audien (Morrison, 2008:230).

Format siaran di Indonesia wajib dimiliki setiap stasiun penyiaran sebagaimana ketentuan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran yang menyatakan bahwa pemohon izin penyiaran yang ingin membuka stasiun penyiaran wajib mencantumkan nama visi, misi, dan format siaran yang akan diselenggarakan serta memenuhi persyaratan sesuai dengan ketentuan undang-undang.

Menurut Reynolds, (2000:43) terdapat beberapa tips penulisan bahasa siaran radio, yaitu:

- Buat secara sederhana

Menggunakan kalimat-kalimat pendek dan langsung ke permasalahannya. Para praktisi penyiaran harus menceritakan suatu kejadian dan bukan menuliskannya karena pendengar hanya memiliki kesempatan sekali untuk mengerti isi siaran.

- Memakai bahasa percakapan

Hindari menggunakan kata-kata yang rumit apabila terdapat kata lain yang lebih sederhana untuk dapat dipergunakan. Hindari juga ungkapan asing atau kata-kata ilmiah.

- Hindari pemakaian anak kalimat

Buat penjelasan yang mudah dimengerti dan hindari menggunakan berbagai macam kata-kata yang sulit dimengerti karena pendengar hanya memiliki sekali kesempatan menangkap informasi.

- Gunakan ilustrasi untuk menjelaskan

Dalam menyampaikan informasi yang penting, hubungkan dengan hal-hal yang sudah dikenal oleh masyarakat sehingga pendengar dapat mengilustrasikan apa yang mereka dengar.

- Hindari penggunaan kata-kata yang menunjukkan opini

Dalam menyampaikan sebuah informasi, seorang penyiar harus menyampaikan fakta dan narasumber yang memberikan opini mereka. sehingga pendengar akan membuat kesimpulan sendiri.

- Konstruksi sebuah cerita

Susunan informasi merupakan kunci untuk membuat sebuah berita atau informasi yang mudah dipahami oleh pendengar. Yaitu dengan rumus 5W+1H.

- Referensi waktu

Salah satu kelebihan radio dalam menyampaikan informasi adalah kesegarannya.

Pendengar dapat mengetahui dan mengikuti perkembangan suatu informasi

Secara umum program radio terdiri atas dua jenis yaitu musik dan informasi.

Jenis program ini dikemas dalam berbagai bentuk yang pada intinya harus bisa memenuhi kebutuhan audien dalam hal musik dan informasi. Program yang akan dibahas pada bagian ini adalah: talk show.

Talk Show, dasarnya adalah kombinasi dari seni berbicara dan seni wawancara.

Setiap penyiar radio adalah seorang yang pandai menyusun kata-kata. Seorang penyiar harus pandai berbicara. Program talk show diarahkan oleh pemandu acara (host) dengan satu atau lebih narasumber untuk membahas sebuah topik yang telah dirancang sebelumnya.

Ada tiga bentuk program talk show yang sering digunakan stasiun radio yaitu: (Morrisan, 2008:234-239).

- a. One-on-one-show yaitu bentuk talk show saat penyiar dan narasumber mendiskusikan suatu topik dengan dua posisi mikrofon terpisah di ruang studio yang sama.
- b. Panel discussion yaitu pewawancara sebagai moderator hadir bersama sejumlah narasumber.
- c. Call in show yaitu program perbincangan yang hanya melibatkan telepon dari pendengar. Topik ditentukan terlebih dahulu oleh penyiar di studio. Tidak semua respon audien layak disiarkan sehingga perlu petugas penyeleksi telepon masuk sebelum diudarkan.

1.4.2.1 Talk Show

Talk show dapat disiarkan langsung, interaktif, dan atraktif. Talk show juga bersifat menghibur (entertainment). Entertainment bukan hanya sekadar menghibur, melainkan dinamis dan hidup. Oleh karena itu, peran moderator sangat menentukan sukses-tidaknya acara (Masduki, 2001:44-45).

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 dan 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

Adapun urutan acara untuk program talk show adalah sebagai berikut: (Masduki, 2001:45-46).

- Pembukaan, berisi: pengenalan acara, pemandu, narasumber, dan topik yang akan diperbincangkan. Bisa pula diuraikan latar belakang mengapa topik itu dipilih.
- 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.
- Penutup, berisi: kesimpulan, ucapan terima kasih, dan salam penutup, termasuk informasi program berikutnya. Kesimpulan tidak mutlak bersifat resume perbincangan, bisa juga sekadar analisis singkat dan pertanyaan terbuka untuk memancing permenungan pendengar

1.4.3 Program Acara Pagi

Persiapan program pagi sedikit lebih berbeda dibandingkan program radio pada umumnya, karena program pagi ini biasanya harus lebih interaktif. Biasanya program pagi ini diperlukan beberapa persyaratan tambahan. Dalam memproduksi sebuah program acara pagi, kita harus mempertimbangkan beberapa hal, diantaranya : (Valerie Geller, 2007; 62)

1. Personal story – kita membagikan cerita kita kepada pendengar
2. Topik Telepon – saling berbagi pengalaman dengan penelepon mengenai topik yang sedang dibicarakan, tidak hanya membicarakan soal berita saja

3. Interaksi – Contohnya, kompetisi (yang mereka menangkan) atau feature (yang mereka alami seperti memilih musik yang cocok dengan tema hari itu)
4. Guest Interview – interview singkat melalui telepon ataupun interview panjang di dalam studio
5. Bagian Produksi – seperti parodi musik ataupun rancangan
6. Ide Promosi – untuk meningkatkan profil staisun radio dan program itu sendiri
7. Keberlanjutan Cerita – seperti anekdot yang diceritakan oleh penyiar yang dapat membuat pendengar tidak merasa bosan dan untuk meningkatkan jumlah pendengar

1.5 DESKRIPSI PROGRAM

Program acara ini berjudul “Jateng Pagi” dengan format acara berupa diskusi yang menghadirkan tiga orang narasumber, di antaranya satu orang pakar atau ahli dari pihak yang terkait dengan topik yang diangkat serta dua orang mahasiswa jurusan/program studi yang sesuai dengan topik yang diangkat. Kedua mahasiswa tersebut berasal dari jurusan ataupun perguruan tinggi yang berbeda-beda. Acara ini tidak hanya melibatkan orang-orang yang hadir di dalam studio, tetapi juga para pendengar di manapun, karena akan ada sesi dialog interaktif via telepon dan juga sms. Program ini nantinya akan disiarkan satu kali dalam seminggu dengan durasi selama satu jam.

1.6 RANCANGAN PROGRAM

1.6.1 Analisis Situasi

Seluruh olah siaran pada Pro 1 RRI Semarang dikembangkan sebagai pusat pemberdayaan masyarakat untuk menyelenggarakan siaran pemberdayaan masyarakat

di semua lapisan masyarakat melalui siaran pedesaan, nelayan, wanita, anak-anak, siaran lingkungan hidup, kewirausahaan, teknologi tepat guna, kerajinan, perdagangan, pertanian, koperasi, industri kecil, dan lain-lain.

Penyajian program-program yang beragam dan tidak monoton ini ditujukan kepada seluruh lapisan masyarakat yang membutuhkan informasi dan juga hiburan seperti mendengarkan musik. Pemilihan tema yang berbeda setiap minggunya juga dilakukan agar pendengar tidak bosan hanya mendapatkan bahasan itu-itu saja, di mana kita ketahui bahwa kebutuhan saat ini adalah mengupdate informasi yang kita peroleh agar tidak tertinggal dari yang lain.

Maka dari itu dibuatlah *channel* atau saluran bagi masyarakat di mana program yang ditawarkan di dalamnya berguna untuk memperoleh serta menampung dan menggambarkan aspirasi dan juga keinginan pendengar dalam berbagai bidang, serta dapat digunakan sebagai wadah untuk saling berbagi dan bertukar informasi juga aspirasi yang berguna dan mereka butuhkan untuk kehidupan mereka.

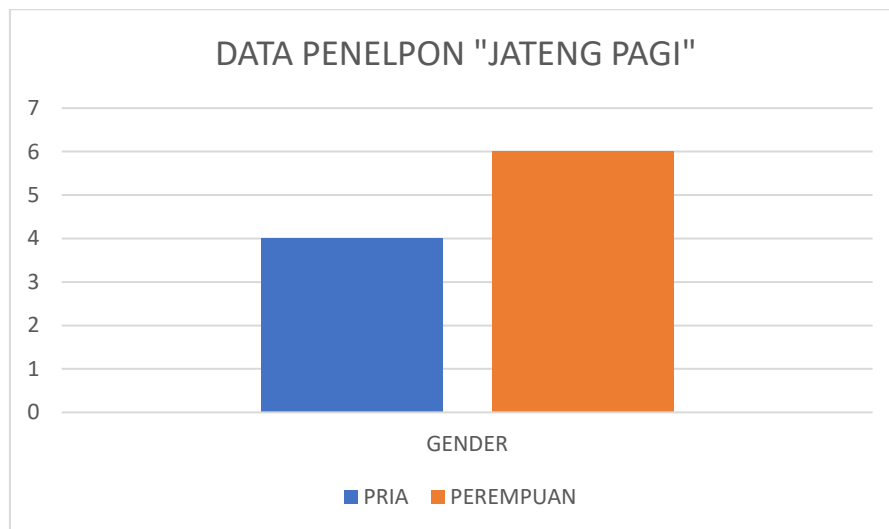
- Nama Program Acara : “Jateng Pagi”
- Call Sign : Pro 1 – Kanal Inspirasi
- Visi Program : Pusat pemberdayaan masyarakat
- Format Program : Informasi, Pendidikan, Budaya dan Hiburan
- Sapaan : Pendengar Pro 1

- Sasaran Wilayah : Semarang dan Magelang (FM 89 MHz), Batang (FM 99.5 MHz), Tegal (FM 94.8 MHz), Kudus (FM 91.2 MHz), Purwokerto (FM 91.5 MHz)
- Status Sosial Ekonomi : B – C
- Data Pendengar :

Berikut data penelepon “Jateng Pagi” yang kami peroleh dari RRI PRO 1 Semarang:

Diagram 1.6.1.1

**Data Penelepon “Jateng Pagi” RRI PRO 1 Semarang
Berdasarkan Jenis Kelamin**



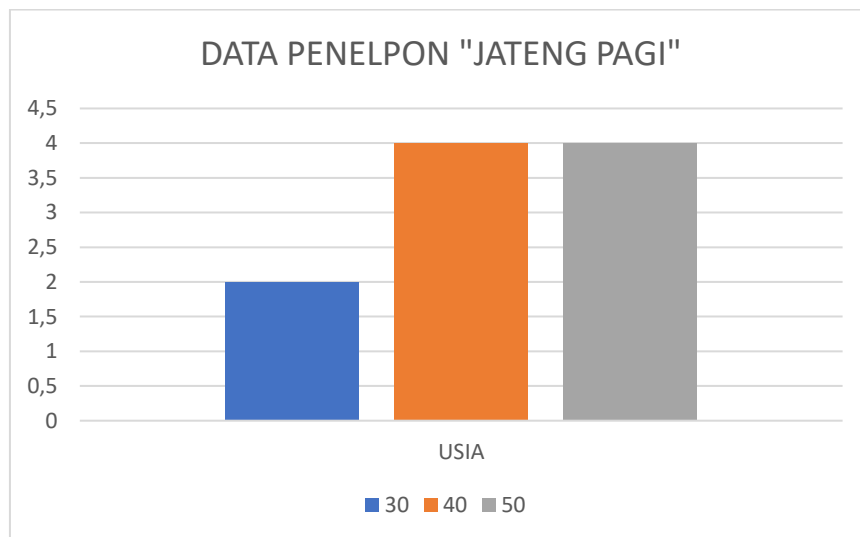
Sumber : Data Demografi RRI di dapat pada bulan April 2017

Keterangan gambar :

Menurut data diatas, data penelepon aktif “Jateng Pagi” memiliki jumlah penelepon aktif sebanyak 6 orang dengan jenis kelamin perempuan. Jumlah penelepon aktif pria sebanyak 4 orang.

Diagram 1.6.1.2

Data Penelepon “Jateng Pagi” RRI PRO 1 Semarang Berdasarkan Usia



Sumber : Data Demografi RRI di dapat pada bulan April 2017

Keterangan gambar :

Menurut data diatas, data penelepon aktif “Jateng Pagi” sebanyak 4 orang berada di usia 40-50 tahun, sementara usia 30 tahun berjumlah 2 orang.

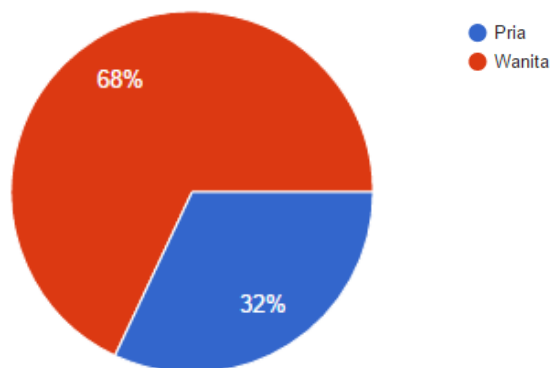
1.6.2 Analisis Data Hasil Survey Pra Produksi

Kriteria responden yang diteliti oleh tim karya bidang adalah keseluruhan masyarakat yang berdomisili di daerah Semarang dan sekitarnya dengan segala umur yang mendengarkan radio. Berikut ini data hasil survey penelitian pra produksi dilakukan terhadap 100 orang responden dalam penelitian responden yang menjadi sampel. Untuk proses pengumpulan data pra produksi kami menggunakan kuisisioner online.

1.6.2.1 Demografi Responden

Diagram 1.6.2.1.1

Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

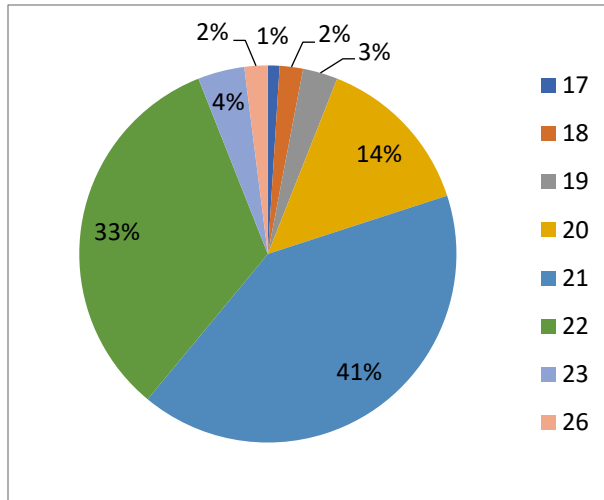


Analisis data :

Data diatas menunjukkan dari 100 responden, sebanyak 68% responden adalah wanita dan sebanyak 32% responden adalah laki-laki.

Diagram 1.6.2.1.2

Demografi Responden Berdasarkan Usia

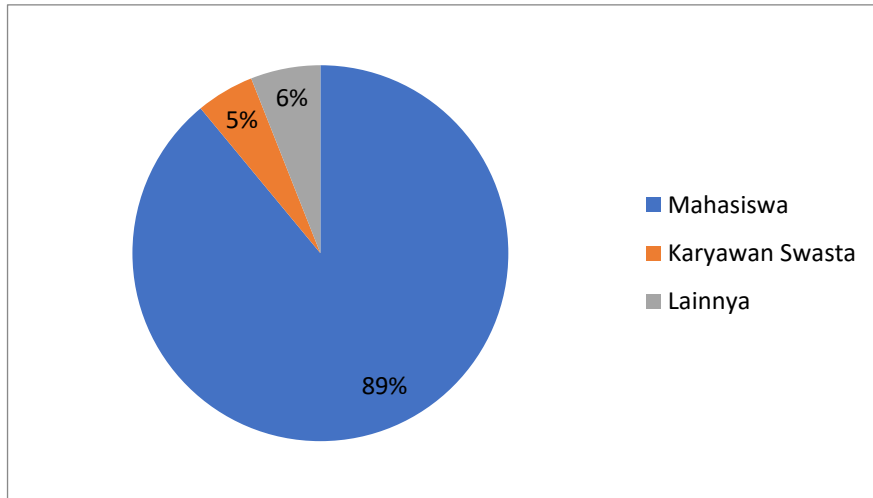


Analisis data :

Data diatas menunjukkan dari 100 responden didapatkan usia responden diantara usia 17 tahun – 26 tahun. Responden terbanyak pada usia 21 tahun sebanyak 41%.

Diagram 1.6.2.1.3

Pekerjaan Responden

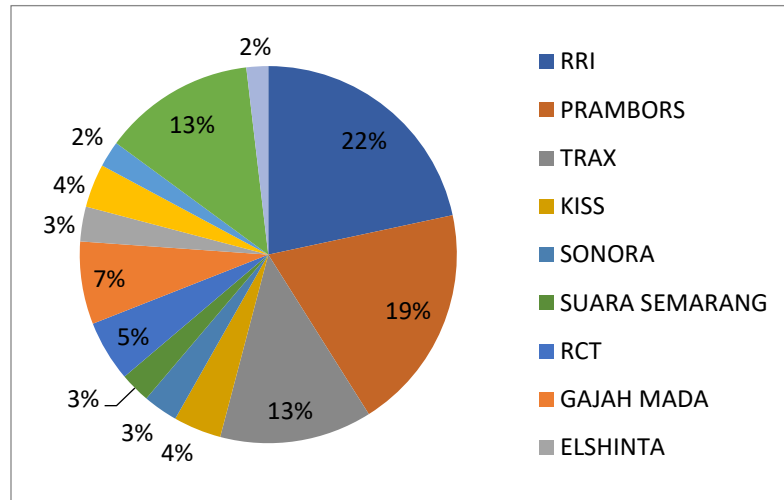


Analisis data :

Dari penelitian yang kami lakukan, terhadap 100 responden, pekerjaan dari responden yang terdiri dari 89% mahasiswa, karyawan swasta sebanyak 5%, dan lainnya 6%.

1.6.2.2 Radio di Jawa Tengah yang Diketahui

Diagram 1.6.2.2
Radio yang diketahui



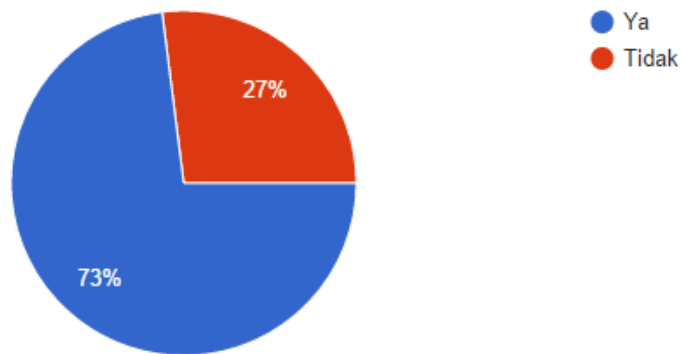
Analisis data :

Berdasarkan data hasil survey, setiap responden menyebutkan lebih dari satu nama radio yang diketahui. Responden menyebutkan RRI sebesar 22% kemudian radio Trax FM sebesar 19%.

1.6.2.3 Pengetahuan Pendengar Radio terhadap RRI

Diagram 1.6.2.3

Pengetahuan tentang RRI Semarang



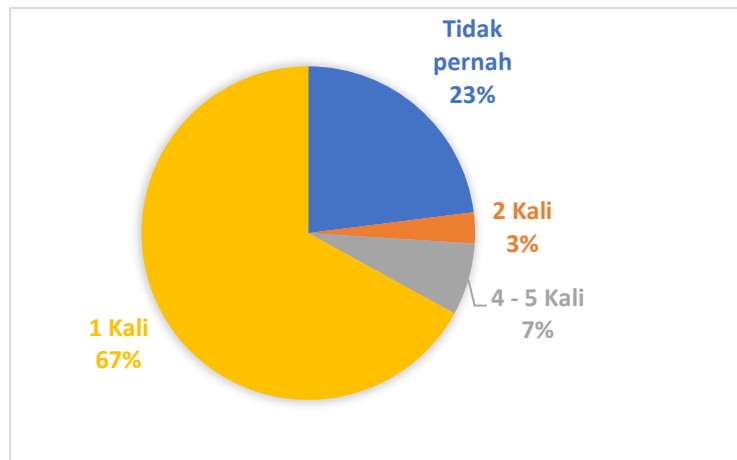
Analisis data :

Dari data hasil survey, diketahui bahwa responden sebanyak 73% mengetahui radio RRI Semarang dan hanya 27% tidak mengetahui radio RRI Semarang.

1.6.2.4 Frekuensi Mendengarkan RRI PRO 1 Semarang

Diagram 1.6.2.4

Frekuensi Mendengarkan RRI PRO 1 Semarang



Analisis data:

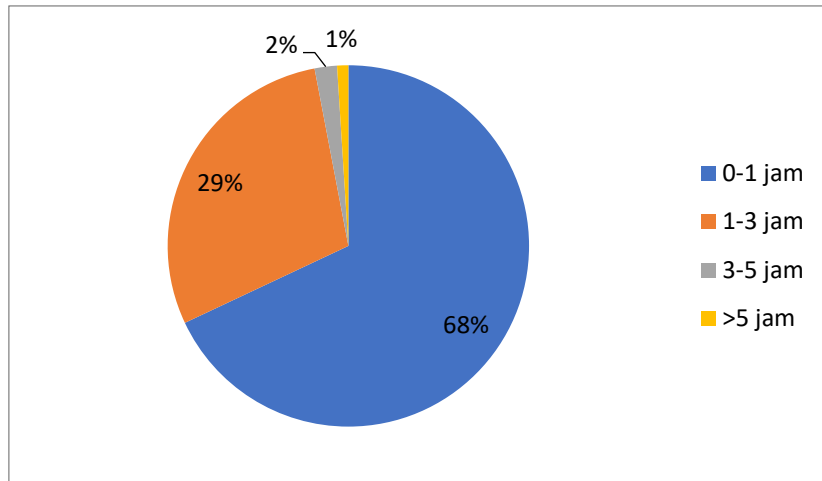
Frekuensi para responden mendengarkan radio RRI dalam seminggunya terbanyak mendengarkan 1 kali sebanyak 67%. Data responden sebanyak 23% tidak pernah mendengarkan RRI PRO 1 Semarang. Frekuensi responden mendengarkan 4-5 kali sebanyak 7% dan mendengarkan 2 kali sebanyak 3%.

1.6.2.5 Intensitas Mendengarkan Radio

Kami memberikan pertanyaan kepada responden mengenai seberapa lama mereka mendengarkan radio dan dalam rentang waktu kapan mereka mendengarkan radio. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah program kami bisa menyesuaikan dengan waktu-waktu responden mendengarkan radio atau tidak.

Diagram 1.6.2.5.1

Lama Waktu untuk Mendengarkan Radio

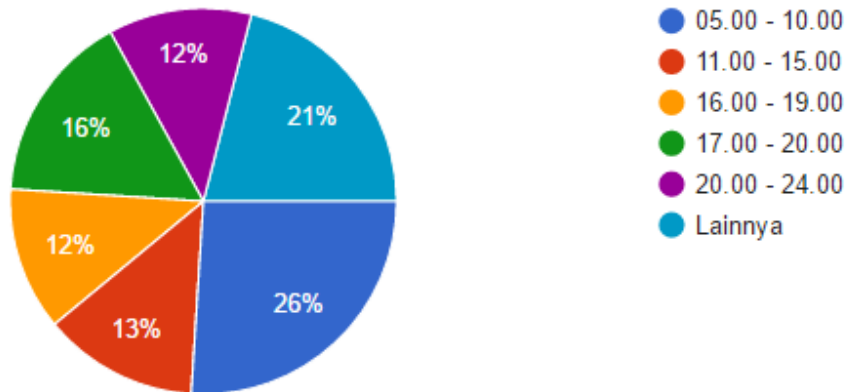


Analisis data :

Data diatas menunjukkan data responden sebanyak 68% mendengarkan radio selama 0-1 jam, 29% mendengarkan radio selama 1-3 jam, 2% mendengarkan radio selama 3-5 jam, dan 1% mendengarkan radio lebih dari 5 jam.

Diagram 1.6.2.5.2

Rentang Waktu Mendengarkan Radio



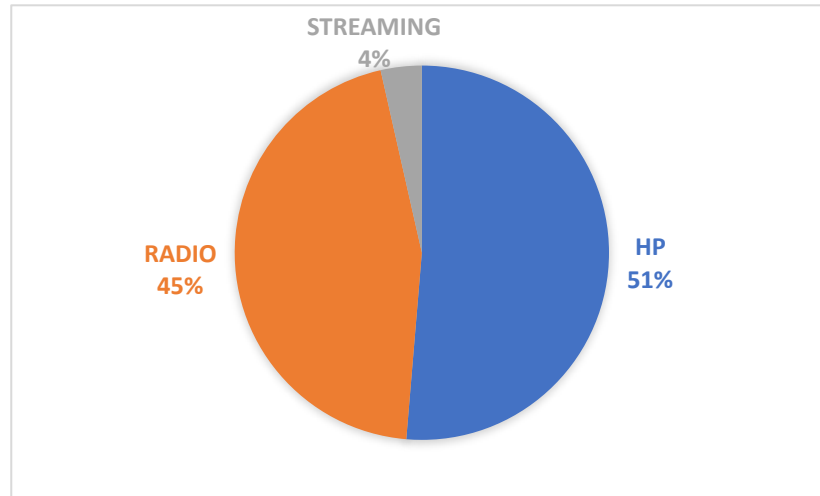
Analisis data :

Hasil survey yang kami lakukan, responden terbanyak 26% mendengarkan radio pada rentan waktu 05.00 – 10.00 pagi dan responden dengan jumlah terendah 12% mendengarkan radio pada rentan waktu 16.00 – 19.00 dan 20.00 – 24.00.

1.6.2.6 Alat Untuk Mendengar Radio

Diagram 1.6.2.6

Media yang Digunakan untuk Mendengarkan Radio



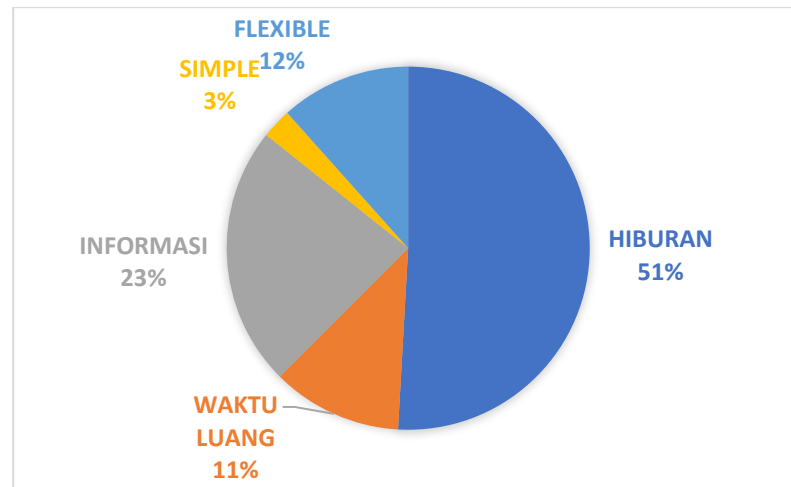
Analisis data :

Hasil survey yang telah kami lakukan, dapat diketahui bahwa responden sebanyak 51% menggunakan media *handphone* untuk mendengarkan radio. Sedangkan 45% mendengarkan radio melalui radio konvensional dan hanya 4% mendengarkan radio melalui *streaming* atau media *online*.

1.6.2.7 Alasan Mendengarkan Radio

Diagram 1.6.2.7

Alasan Khalayak Mendengarkan Radio



Analisis data :

Dari data hasil survey di atas, alasan responden untuk mendengarkan radio dikelompokkan menjadi lima kategori, antara lain:

a. Flexible

12% responden mengatakan alasan responden untuk mendengarkan radio yaitu karena radio yang bersifat fleksibel, artinya responden bisa mendengarkan siaran radio sambil melakukan aktivitas yang lain (*multitasking*) tanpa harus terpaksa untuk mendengarkan radio saja.

b. Simple

3% responden mengatakan alasan mendengarkan radio karena radio itu simple, yang artinya alat yang digunakan untuk mendengarkan siaran radio mudah untuk

dibawa kemana saja. Dalam hal ini berkaitan dengan alat yang biasa dipakai responden untuk mendengarkan siaran radio yaitu *handphone*, laptop, radio konvensional dan radio yang ada di dalam mobil. Jadi, responden bisa mendengarkan siaran radio di mana saja.

c. Waktu Luang

11% responden memilih untuk mendengarkan siaran radio untuk mengisi waktu luang mereka. Beberapa responden juga mengatakan bahwa siaran radio ini seperti teman yang mengisi waktu luang mereka.

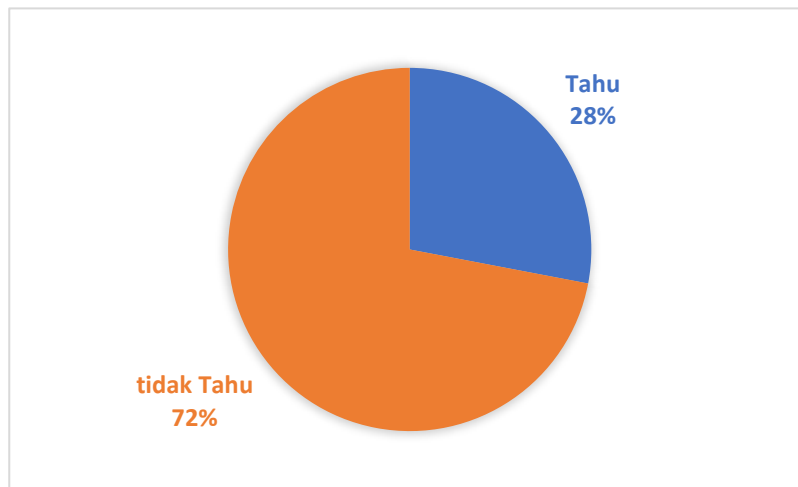
d. Konten

Kemudian berdasarkan konten kami bagi lagi ke dalam dua kategori yaitu sebagai sarana hiburan dan informasi. Sebagian besar responden menyebutkan bahwa alasan responden mendengarkan radio untuk mendapatkan hiburan, yaitu sebesar 51% dan untuk memperoleh informasi yaitu sebanyak 23%.

1.6.2.8 Pengetahuan Responden terhadap “Jateng Pagi”

Diagram 1.6.2.8

Pengetahuan Mengenai Program “Jateng Pagi”



Analisis data:

Berdasarkan hasil survey yang diperoleh, 72% responden tidak mengetahui adanya program “Jateng Pagi” di RRI PRO 1 Semarang. Hanya 28% responden saja yang mengetahui program “Jateng Pagi”.

1.6.3 SWOT

Table 1.6.3

ANALISIS SWOT

STRENGTH	WEAKNESS
<ul style="list-style-type: none">• RRI memiliki jangkauan siaran yang luas se-Indonesia• RRI dapat secara umum didengarkan oleh masyarakat dari berbagai jenis usia / kalangan.• Program acara yang ditayangkan oleh RRI bersifat netral tanpa mengambil pihak dan berdasarkan nilai nilai Pancasila dan UUD 1945.	<ul style="list-style-type: none">• RRI di mata masyarakat dipandang sebagai radio kuno yang tidak lagi memiliki hal menarik untuk didengar.
OPPORTUNITY	THREAT
<ul style="list-style-type: none">• RRI menjadi rujukan radio yang menyelenggarakan siaran, bertujuan untuk menggali, melestarikan dan mengembangkan budaya bangsa sesuai dengan nilai nilai Pancasila dan UUD 1945.• RRI memberikan hiburan yang sehat bagi masyarakat Indonesia di tengah arus globalisasi.	<ul style="list-style-type: none">• Meskipun merupakan Lembaga Penyiaran Publik namun saat ini RRI bersaing dengan Radio swasta lain yang memiliki segmen lebih menarik dan kekinian .

1.6.4 GOALS

- Mengubah konsep atau *recreating* program acara “Jateng Pagi” dengan konsep yang baru agar pemberi *feedback* yang berusia di bawah 30 tahun mau mendengarkan program acara “Jateng Pagi”
- Meningkatkan *feedback* responden program “Jateng Pagi” yang awalnya hanya 4 pendengar aktif menjadi 6 pendengar aktif.
- Menghadirkan tiga orang narasumber yang terdiri dari satu orang pakar dan dua orang mahasiswa dalam setiap episodanya
- Menyiarkan program acara “Jateng Pagi” satu episode pada setiap minggunya, dalam kurun waktu dua bulan

1.6.5 STRATEGI DAN TAKTIK

Adapun strategi dan taktik yang kami gunakan untuk meningkatkan *feedback* responden PRO 1 RRI Semarang kami bagi menjadi tiga kelompok besar, antara lain :

Tabel 1.6.5

Strategi dan Taktik

Format	Konten	Promosi
<ul style="list-style-type: none">• Memilih penyiar yang bisa memimpin diskusi dengan baik dan bisa membangkitkan suasana menjadi menyenangkan.	<ul style="list-style-type: none">• Dari segi isi atau konten, kami akan memilih dan mengangkat tema diskusi yang berbeda serta menarik dan inspiratif pada setiap siarannya agar pendengar tidak merasa bosan dan bisa menambah wawasan bagi para pendengar.	<ul style="list-style-type: none">• Memberikan hadiah menarik berupa voucher pulsa sebesar Rp25.000,00 untuk dua orang penelepon dengan pertanyaan terbaik di setiap episodenya.
<ul style="list-style-type: none">• Menggunakan <i>voxpath</i>, <i>voxpath</i> sendiri merupakan media <i>polling</i> yang dilakukan untuk mengetahui reaksi masyarakat atau kecenderungan sikap mereka terhadap suatu masalah aktual. Pertanyaan untuk	<ul style="list-style-type: none">• Melibatkan anak muda sebagai narasumber, yang menekuni bidangnya sesuai dengan tema yang diangkat. Hal ini diharapkan agar mahasiswa tersebut bisa menyalurkan aspirasinya dalam forum diskusi ini dan	<ul style="list-style-type: none">• Melakukan <i>buzzing</i> beberapa hari sebelum program dimulai, hal ini disiarkan di sela-sela program acara lain yang ada di RRI PRO 1 Semarang agar pendengar yang sudah mendengarkan

<p>masing-masing orang sama persis, dan dalam penyiarannya tidak mengalami editing yang berarti. Wawancara dapat dilakukan di mana saja, termasuk di tengah keramaian sehingga suasananya ikut terekam (Masduki, 2001:46). <i>Voxpop</i> ini sendiri nantinya akan disiarkan di awal perbincangan setelah penyiar menjelaskan garis besar tema yang diangkat. Nantinya <i>voxpath</i> ini berguna sebagai bahan diskusi lebih lanjut dengan narasumber.</p>	<p>menjadi sumber inspirasi bagi para pendengar.</p>	<p>program lain mengetahui bahwa beberapa hari lagi akan ada program <i>talk show</i> “Jateng Pagi” bersama mahasiswa sebagai narasumbernya yang akan membahas tema tertentu yang tentunya bisa menambah informasi dan inspirasi bagi mereka. Dan melakukan <i>buzzinng</i> di media sosial seperti intagram dan youtube untuk memberi tahukan kepada mereka yang belum men-dengar atau bukan pen-dengar setia RRI PRO 1 Semarang.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Secara teknis, kami akan membagi 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengundang beberapa orang pakar 	

<p>rundown acara “Jateng Pagi” menjadi 2 segmen dalam satu episodenya. Di sela-sela segmen tersebut akan ada jeda yang akan diisi dengan sekilas info atau ROS dari reporter RRI PRO 1 yang bertugas.</p>	<p>yang berkompeten dan relevan dengan tema yang akan dibahas pada episode tersebut. Hal ini bertujuan agar informasi yang diberikan kepada pendengar merupakan informasi yang terpercaya karena disampaikan langsung oleh ahlinya.</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan bahasa Indonesia yang akrab di telinga pendengar agar para pendengar yang berasal dari berbagai kalangan usia tidak cepat merasa bosan dan merasa akrab dengan obrolan dari penyiar dan narasumber. 	

1.6.6 PROGRAM ACARA

Program acara ini berjudul “Jateng Pagi” dengan format acara berupa diskusi yang menghadirkan tiga orang narasumber, di antaranya satu orang pakar dari pihak yang terkait dengan topik yang diangkat serta dua orang mahasiswa jurusan/ program studi yang sesuai dengan topik yang diangkat. Kedua mahasiswa tersebut berasal dari jurusan atau perguruan tinggi yang berbeda-beda. Acara ini tidak hanya melibatkan orang-orang yang hadir di dalam studio, tetapi juga para pendengar di manapun, karena akan ada sesi dialog interaktif via telepon dan juga sms. Program ini nantinya akan disiarkan satu kali dalam seminggu dengan durasi selama satu jam.

Berikut ini adalah deskripsi program acara “Jateng Pagi”

Deskripsi Acara “Jateng Pagi”

Radio Republik Indonesia PRO 1 Semarang

1. Nama Acara : Jateng Pagi
2. Kategori Program : Pengembangan Berita
3. Lingkup Materi : Mengupas berbagai persoalan yang terkini di masyarakat
4. Tujuan : *Educating, Inspiring* dan *Entertaining*
5. Sasaran Khalayak : usia 17 tahun sampai dengan 50 tahun
6. Kriteria Program : - Membahas isu-isu terkini yang terjadi di masyarakat

- Memberikan informasi yang bisa menambah wawasan bagi pendengarnya
 - Memberikan hiburan bagi pendengar
7. Kriteria Presenter : - Akrab dan ramah, baik dengan narasumber maupun pendengar sehingga akan tercipta suasana yang menyenangkan
- Bersemangat
 - Mampu menguasai jalannya acara
8. Frekuensi Penyiaran : seminggu sekali, yaitu pada hari Selasa
9. Durasi : 60 menit
10. Waktu Siaran : Pukul 08.00 – 09.00 WIB
11. Format Penyajian : Talkshow dan dialog interaktif
12. Sifat Produksi : Siaran Langsung

Time Table

Program “Jateng Pagi” disiarkan selama sekali dalam seminggu, yaitu pada hari Selasa pukul 08.00 dengan durasi selama satu jam. “Jateng Pagi” bertemakan hal – hal yang menjadi *hot issue*, serta topik – topik menarik yang ada di Semarang dan sekitarnya bahkan Indonesia.

Berikut ini adalah tabel tema yang akan diangkat pada setiap episodenya. Alasan pemilihan tema-tema di bawah ini berdasarkan dengan kalender *event* agar terjaga aktualitasnya. Dan dari tema-tema besar tersebut, setiap minggunya akan dikemas

dalam sebuah bahasa topik yang menarik, *up to date* dan yang nantinya akan diperlukan oleh pendengar.

Table 1.6.6

Jadwal Tema dalam Program

Waktu	Tema	Narasumber
Hari Pertama	Kesehatan	BPOM Mahasiswa Teknik Pangan Undip
Hari Kedua	Politik	Pakar Politik Mahasiswa Komunikasi Undip BEM Fisip UNNES
Hari Ketiga	Teknologi	Dosen Psikologi Mahasiswa PAUD UNNES Mahasiswa komunikasi
Hari Keempat	Kesehatan Lingkungan	Mahasiswa FKM Aktivis Gerakan Anti Rokok Kabid LP2K
Hari Kelima	Ekonomi	Mahasiswa Ekonomi STIEPARI

Hari Keenam	Kriminalitas	DITKRESKRIMSUS JATENG BEM FH USM Mahasiswa Komunikasi Undip
Hari Ketujuh	Kelautan	Kepala Bidang Laut pesisir dan pengawasan dinas perikanan dan kelautan Jawa Tengah Mahasiswa FPIK
Hari Kedelapan	Nasionalisme	KNPI Racana Universitas Diponegoro

Timeline

Table 1.6.7

Tabel Timeline Karya Bidang “Jateng Pagi”

No	Kegiatan	April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Merancang Konsep	■	■	■	■	■	■	■	■												
2	Mencari Client				■	■	■	■													
3	Membuat Proposal					■	■	■	■	■	■	■	■								
4	Mengolah Data						■	■													
5	Mencari Narasumber									■	■	■	■	■							
6	Membuat Souvenir													■	■						
7	Proses Produksi														■	■	■	■	■	■	■

1.6.7. BUDGETING

Berikut ini adalah rincian dana yang diperlukan oleh tim karya bidang dalam proses produksi program acara radio “Jateng Pagi” di RRI PRO 1 Semarang. Dana yang diperoleh merupakan dana pribadi dari masing-masing anggota tim karya bidang “Jateng Pagi”.

Tabel 1.6.8
Tabel Budgeting Program Radio “Jateng Pagi”

No	Keterangan	Harga	Jumlah	Total
1	Souvenir Mahasiswa	Rp 15.000	32	Rp 480.000
2	Souvenir Ahli	Rp 23.000	8	Rp 184.000
3	Konsumsi Mahasiswa	Rp 8.000	32	Rp 256.000
4	Konsumsi Ahli	Rp 15.000	8	Rp 120.000
5	Hadiah Pulsa untuk Pendengar Terpilih	Rp 25.000	16	Rp 400.000
6	Biaya Tak terduga			Rp. 300.000
Total Biaya				Rp 1.740.000

1.6.8. PEMBAGIAN KERJA

Berikut merupakan penjelasan pembagian kerja pada program “Jateng Pagi”:

1. Produser

Produser adalah seorang yang memiliki sebuah produksi, dalam hal ini produksi program radio. Artinya, dalam makna profesional produser:

- Bertanggung jawab membiayai atau menentukan pembiayaan.
- Memimpin dan menggerakkan kegiatan produksi suatu program.
- Pra produksi yaitu menentukan tema bersama dengan pengarah kreatif dan berkonsultasi dengan pengarah acara RRI atau penyiar untuk menentukan narasumber yang akan dihubungi dan undang dalam acara.
- Produksi, mengawasi acara berlangsung.
- Pasca produksi, produser bersama dengan pengarah program dan pengarah kreatif melakukan evaluasi terhadap program.

2. Program Director

Program Director atau Pengarah Acara adalah seorang yang menjadi pengarah dari program atau mata acara di mana ia ditugaskan untuk itu, selama program tersebut berlangsung. Tugas dan tanggung jawab yang dimiliki oleh pengarah program antara lain:

- Dapat menerjemahkan naskah atau rundown dan konsep yang telah diberikan oleh produser dan pengarah kreatif dan mengeksekusinya dengan baik.
- Memimpin pertemuan produksi.

- Saat pasca produksi pengarah program bertugas untuk mengecek ulang hasil rekaman dan melakukan evaluasi bersama produser.

3. Pengarah Kreatif

Creative adalah orang yang bertanggung jawab membuat rencana dan alur konten acara suatu proses produksi acara radio. Pengarah kreatif bertugas:

- Mempersiapkan hal – hal yang digunakan dalam program acara secara baik dimulai dari pembuatan tema Talkshow, membuat pertanyaan, membuat pertanyaan kuis berhadiah, membuat earcatcher dan voxpop, membuat playlist lagu dan mencari *quotes of the day* yang cocok dengan tema.
- Saat pasca produksi pengarah kreatif juga melakukan evaluasi terhadap program acara yang telah berlangsung bersama dengan produser dan pengarah program.

16.9. RUNDOWN ACARA

Berikut adalah tabel rundown program acara “Jateng Pagi”

Tabel 1.6.9
JATENG PAGI (PRO I)
PUKUL 08.00 S.D. 09.00 WIB
TOPIK: “CONTOH RUNDOWN”

N0	WAKTU	DUR	BUTIR ACARA	PELAKU RUNDOWN	URAIAN	K
1.	08.00	25”	Pemutaran OBB	Operator	OBB Jateng Pagi	M
2.	08.00 – 08.03	3’	MODERATOR MEMBUKA ACARA DIALOG	Moderator : Penyiar PRO I Narasumber	Moderator memaparkan topik, menyapa narasumber dan memperkenalkan narasumber kepada pendengar	LIVE
3	8.03 – 8.04	1’	Pmutaran <i>voxpop</i>			
4	08.04 – 08.24	20’	Moderator Mengeksplere Narasumber	Moderator & Narasumber	Moderator berbincang lebih dalam dengan Narasumber mengenai topik	LIVE

5	08.24 – 08.29	5'	INTERAKSI DENGAN PENDENGAR	Moderator	Moderator memaparkan bahwa pendengar yang ingin bertanya lewat sms atau pun telepon sudah mulai dari saat ini. Dan mengumumkan bahwa akan ada hadiah berupa voucher pulsa bagi dua pendengar yang beruntung.	LIVE
6	08.29 – 08.35	6'	Pembahasan pertanyaan penelepon	Moderator, Narasumber	Pembahasan mengenai pertanyaan- pertanyaan yang disampaikan oleh pendengar	LIVE
8	08.35 – 08.38	3'	JEDA	Penyiar & Reporter	SEKILAS INFO	

9	08.38 – 08.45	7'	Pembahasan pertanyaan dari penelepon	Penyiar & Narasumber	Pembahasan mengenai pertanyaan yang disampaikan oleh penelepon	LIVE
10	08.45 – 08.46	1'	Membacakan sms dari pendengar	Moderator	Penyiar membacakan pertanyaan yang disampaikan oleh pendengar melalui sms	LIVE
11	08.46 – 08.55	9'	Pembahasan	Penyiar & Narasumber	Membahas pertanyaan yang disampaikan oleh pendengar	LIVE
12	08.55 – 08.58	3'	CLOSING STATEMENT	Narasumber	Narasumber menyampaikan <i>closing statement</i> atau pesan terkait topik yang dibahas	
13	08.58 – 08.59	1'	Pengumuman hadiah	Penyiar & Narasumber	Penyiar meminta narasumber untuk mengumumkan penelepon yang berhak mendapatkan voucher pulsa	

14	08.59 – 09.00	1'	PENUTUP	Penyiar	Penyiar pamit undur diri	
----	------------------	----	---------	---------	-----------------------------	--

1.6.7 EVALUASI

Evaluasi berguna untuk memberikan penilaian terhadap program *talk show* “Jateng Pagi”. Dengan adanya evaluasi ini maka dapat dilihat apakah tujuan pembuatan program yang telah direncanakan sebelumnya berhasil tercapai atau tidak. Evaluasi juga dapat membantu apakah dapat dikatakan berhasil atau tidak. Hal – hal yang akan dievaluasi pada program talk show “Jateng Pagi” adalah sebagai berikut.

- Berhasil menyiarkan program acara “Jateng Pagi” dengan konsep yang baru yaitu satu episode pada setiap minggunya dalam kurun waktu dua bulan (delapan episode).
- Berhasil menghadirkan tiga orang narasumber yang terdiri dari satu orang pakar dan dua orang mahasiswa dalam setiap episodenya.
- Berhasil meningkatkan *feedback* responden program “Jateng Pagi” yang awalnya hanya 4 pendengar aktif menjadi 6 pendengar aktif, yang berupa telepon ataupun sms.

