



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB II

### KERANGKA KONSEP

#### 2.1 Tinjauan Karya Sejenis

Penulis mencari karya sejenis yang memiliki dua kriteria yang sama dengan program penulis. Kriteria pertama adalah karya tersebut merupakan *talk show* radio. Kriteria kedua, *talk show* tersebut membahas mengenai pariwisata. Berikut beberapa karya sejenis dengan format *talk show*.

Karya sejenis penulis adalah MNC Trijaya 104.6 FM. MNC Trijaya FM merupakan radio transformasi dari Trijaya FM yang sudah mengudara di era 90-an. MNC Trijaya FM ini menjadikan mengemas informasi yang penting sebagai menu unggulannya dan juga musik yang enak dan musik terhits sebagai selingannya, sehingga pendengar dapat menikmati seluruh informasi yang ada. MNC Trijaya hadir lebih dari sekedar memberi informasi. Namun, hadir juga untuk membuat Indonesia yang lebih baik.

MNC Trijaya FM juga menyajikan program *talk show*, salah satu programnya adalah Indonesia bersaing. Program *talk show* tersebut membahas mengenai merek dan produk lokal agar mampu mempunyai daya saing di pentas dunia. Oleh karena itu, penulis menjadikan MNC Trijaya FM sebagai tinjauan karya untuk karya yang akan dilakukan oleh penulis.

Karya sejenis kedua yang memiliki pembahasan yang sama mengenai pariwisata adalah Radio Sonora. Radio Sonora adalah salah satu stasiun radio di Jakarta yang mengudara dengan frekuensi 92.0 FM. Program

radio yang membahas pariwisata dari Radio Sonora 92.0 FM adalah Indonesiana. Indonesiana adalah program radio yang mengulas berbagai hal dari Indonesia baik budaya, adat, wisata dan kuliner. Tak jarang juga hadir artis atau musisi yang mengeluarkan *single* baru atau album baru dan promosi film terbaru.

Tabel 2.1 Perbandingan Program Radio

|                       | <b>TOKOH BICARA</b>                                                                                                                                                                                                                                                | <b>INDONESIANA</b>                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Media</b>          | Radio MNC Trijaya                                                                                                                                                                                                                                                  | Radio Sonora FM                                                                                                                                                                                               |
| <b>Frekuensi</b>      | 104,6 FM                                                                                                                                                                                                                                                           | 92,0 FM                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Format program</b> | <i>Talk show</i>                                                                                                                                                                                                                                                   | <i>Talk show</i>                                                                                                                                                                                              |
| <b>Bahasan Utama</b>  | Mengulas tokoh di Indonesia baik tokoh nasional maupun daerah.                                                                                                                                                                                                     | Mengulas berbagai hal tentang Indonesia baik adat, budaya, seni, wisata dan kuliner.                                                                                                                          |
| <b>Hari Tayang</b>    | Kamis                                                                                                                                                                                                                                                              | Senin-Minggu                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Jam Tayang</b>     | 20.00-21.00                                                                                                                                                                                                                                                        | 13.00-16.00                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Kelebihan</b>      | <p>a. Tokoh yang dipilih untuk diwawancarai adalah tokoh yang memiliki pengaruh. Sehingga pembahasannya menjadi berkaitan dengan kehidupan masyarakat sekarang.</p> <p>b. Menggunakan media <i>twitter</i> sebagai media untuk mengunggah foto tokoh tersebut.</p> | <p>a. Program siaran ini menghadirkan inspirasi di sore hari, memberikan informasi aktual, dan obrolan interaktif bersama narasumber terpercaya.</p> <p>b. Memberikan banyak informasi tentang Indonesia.</p> |

|                  |                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                        |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Kelemahan</b> | a. Pembahasan yang disiarkan tidak dapat menggambarkan sosok yang dibicarakan secara lebih detail.<br>b. Lebih fokus pada profil dan cara pandang tokoh dibandingkan inspirasi yang bisa dipetik. | a. Topik pembahasan terlalu luas dan tidak fokus.<br>b. Pembahasan yang disiarkan tidak terlalu fokus pada pariwisata. |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 2.2 Konsep-Konsep yang Digunakan

### 2.2.1 Radio

Radio adalah sebuah media yang memberikan informasi dengan memanfaatkan gelombang elektromagnetik yang memiliki frekuensi kurang dari 300 GHz (panjang gelombang lebih besar dari 1 mm). Gelombang radio adalah satu bentuk dari radiasi elektromagnetik. Gelombang radio ini berada pada jangkauan frekuensi 10 hertz (Hz) sampai beberapa gigahertz (GHz), dan radiasi elektromagnetiknya bergerak dengan cara osilasi elektrik maupun magnetik (Indriyawati, 2011, p. 37-45).

Komunikasi yang dilakukan di radio, seperti halnya di media massa lain adalah *mass communication* (komunikasi massa), yakni komunikasi kepada massa atau publik dengan menggunakan media (Romli, 2010, p. 19).

Menurut Romli (2010, p. 23) keunggulan radio dibagi menjadi sembilan, yakni:

1. Cepat dan Langsung. Sarana tercepat, lebih cepat dari koran ataupun TV, dalam menyampaikan informasi tanpa melalui proses yang lama dan tidak perlu membutuhkan waktu yang banyak.
2. Akrab. Radio adalah alat yang akrab dengan pemiliknya.
3. Dekat. Suara penyiar hadir di rumah atau di dekat pendengar.
4. Hangat. Paduan kata-kata, musik, dan efek suara dalam siaran radio mampu mempengaruhi emosi pendengar.
5. Sederhana. Tidak rumit, tidak banyak pernik, baik bagi pengelola maupun pendengar.
6. Tanpa batas. Siaran radio menebus batas-batas geografi, demografis, SARA (Suku, Agama, Ras, Antargolongan), dan kelas sosial.
7. Murah. Dibandingkan dengan berlangganan media cetak atau harga pesawat televisi, pesawat radio relatif jauh lebih murah.
8. Bisa mengulang. Radio memiliki kesementaraan alami sehingga berkemampuan mengulang informasi yang sudah disampaikan secara tepat.
9. Fleksibel. Siaran radio bisa dinikmati sambil mengerjakan hal lain atau tanpa mengganggu aktivitas yang lain, seperti memasak, mengemudi, belajar, dan membaca koran atau buku.

### 2.2.2 Strategi Program

Menurut Morissan (2011, p. 273) strategi program yang ditinjau dari aspek manajemen atau sering juga yang disebut dengan *managemen strategic* (manajemen strategi) program terdiri dari:

1. Perencanaan program
2. Produksi dan pembelian program
3. Eksekusi program
4. Pengawasan dan evaluasi program

### 2.2.3 Tahapan Produksi Program

Menurut Rachmawati (2013, p. 7-8) tahapan produksi program di dalam program radio memiliki tiga tahapan, yaitu:

1. Pra Produksi

Tahapan ini sebagai tahapan perencanaan. Persiapan yang dilakukan pada tahap ini adalah membuat program. Persiapannya meliputi waktu-waktu yang telah disusun selama produksi, apa saja yang mau dilakukan. Tahapan berikutnya adalah mempersiapkan berapa lama waktu yang dipersiapkan atau dibutuhkan sebelum program radio disiarkan, siapa saja sumber daya manusia yang turut mengambil bagian dalam proses perencanaan dan persiapan tersebut, dan juga kegiatan apa saja yang akan dilakukan.

## 2. Produksi

Tahapan kedua adalah tahapan produksi. Pada tahapan ini program radio mulai disiarkan. Kegiatan yang dilakukan pada tahap ini adalah pemeriksaan kembali materi yang telah dipersiapkan sebelum pemeriksaan dari segi teknis, sampai proses siaran itu berlangsung.

## 3. Pasca Produksi

Tahapan terakhir adalah tahapan pasca produksi. Pada tahapan ini siaran selesai, kemudian mulai melakukan evaluasi dan perbaikan dari apa yang telah disiarkan. Kegiatan yang dilakukan meliputi rapat untuk melakukan evaluasi hasil siaran.

### 2.2.4 Produser

Dalam menjalankan tiga tahapan produksi program dibutuhkan peran produser acara. Menurut Wibowo (2012, p. 186) produser adalah seseorang yang mempunyai produksi program radio. Fungsi produser memproduksi suatu program atau acara siaran radio.

### 2.2.5 Inspirasi

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), arti inspirasi berarti ilham. Ilham yang dimaksudkan adalah yang datang pada pikiran manusia dan pada akhirnya melekat pada jiwa atau hati manusia. Akan tetapi inspirasi biasanya justru datang ketika ada rangsangan dari luar diri manusia.

### 2.2.6 *Talk Show*

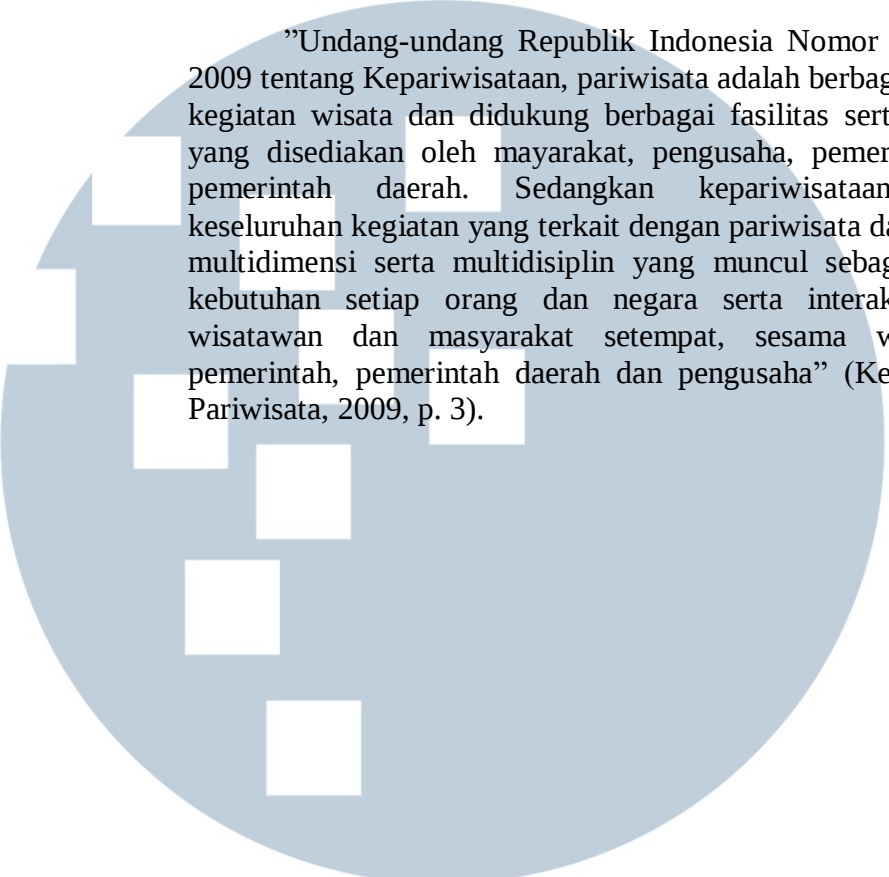
Pengertian *Talk show* adalah sebuah program televisi atau radio di mana seseorang ataupun sekelompok orang berkumpul bersama untuk mendiskusikan berbagai hal. Topik yang disampaikan biasanya dengan suasana santai tapi serius. Kadang kala, *talk show* menghadirkan bintang tamu yang akan membagikan pengalaman dengan tujuan memberikan informasi kepada masyarakat (Fitriani, 2017, p. 1).

### 2.2.7 Pariwisata

Menurut Yoeti (1987, p. 103) kata pariwisata terdiri dari dua suku kata yaitu masing-masing kata “pari” dan “wisata”.

- a. Pari, berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, lengkap (ingat kata paripurna).
- b. Wisata, berarti perjalanan, berpergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata “*travel*” dalam bahasa Inggris.

Atas dasar itu, maka kata “pariwisata” diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar, dari suatu tempat ke tempat lain. Dalam bahasa Inggris disebut dengan kata “*tour*” sedangkan untuk pengertian jamak, kata “kepariwisataan” dapat digunakan kata “*tourisme*” atau “*tourism*”.



”Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Sedangkan kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha” (Kementerian Pariwisata, 2009, p. 3).

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## **BAB III**

### **RANCANGAN KARYA**

#### **3.1 Tahapan Pembuatan**

Penulis merancang program BASO (Bincang Sore) melalui tiga tahap, yaitu pra-produksi, produksi dan pasca-produksi. Berikut ini adalah proses pra-produksi yang penulis lakukan:

##### **3.1.1 Membuat Ide**

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), arti inspirasi berarti ilham. Ilham yang dimaksudkan adalah yang datang pada pikiran manusia dan pada akhirnya melekat pada jiwa atau hati manusia. Akan tetapi inspirasi biasanya justru datang ketika ada rangsangan dari luar diri manusia.

Hal ini yang mendorong penulis untuk membuat program *talk show* radio yang menghadirkan narasumber yang mampu memberikan inspirasi. Dalam program radio ini terdapat tiga episode pembahasan. Episode pertama adalah Pariwisata Inspirasi, bahasan utama dalam episode ini mengenai pariwisata dari suatu tempat. Fokus pada episode ini akan memberikan informasi mengenai destinasi-destinasi suatu tempat, sehingga masyarakat yang tidak tahu akan menjadi tahu. Episode kedua adalah Sosok Inspirasi yang akan fokus pada pengalaman seseorang yang mampu memberikan inspirasi kepada masyarakat. Episode ketiga adalah Karya Inspirasi, episode ini akan

berfokus pada karya yang dihasilkan oleh seseorang dan memberikan inspirasi tersebut kepada masyarakat untuk berkarya.

Gambar 3.1 Logo program radio BASO (Bincang Sore)



Sumber: Dokuntasi pribadi

Program *talk show* radio ini bernama BASO (Bincang Sore). Target pendengar dari program *talk show* radio yang akan penulis jalankan dari usia 17-35 tahun. Nama program *talk show* BASO (Bincang Sore) bermakna ketika berbincang dan mendengarkan kita dapat belajar banyak hal, karena hidup selalu belajar dan melalui proses panjang, sama seperti singkatannya BASO saat kita makan, penyajiannya cepat dan enak. Penulis ingin mengingatkan bahwa BASO tetap memiliki proses untuk menjadikannya BASO yang enak.

Warna yang ada dalam logo program *talk show* radio BASO (Bincang Sore) memiliki arti masing-masing. Warna merah memiliki arti kegembiraan dan energi, warna *orange* memiliki arti kreatif, warna kuning memiliki arti optimis, dan biru memiliki arti komunikatif.

Penulis berharap dengan adanya program *talk show* radio BASO (Bincang Sore) pendengar mendapatkan inspirasi dan lebih menyadarkan lagi kepada pendengar bahwa untuk mencapai sesuatu pasti melalui proses yang panjang, pastinya proses itu harus didukung dengan rasa bahagia, energi, kreativitas, optimisme dan komunikasi yang baik.

### **3.1.2 Menentukan Narasumber**

Setelah melakukan riset topik secara matang. Penulis mulai meriset narasumber yang cocok untuk menjadi bintang tamu dalam produksi radio yang bertema Pariwisata Inspirasi ini. Nantinya, penulis akan mengundang satu narasumber untuk satu episode. Contoh narasumber yang akan penulis undang adalah, *traveller*, *backpacker*, serta narasumber lainnya yang berkaitan dengan tema penulis yaitu Pariwisata Inspirasi.

Setelah menentukan narasumber yang akan diundang, penulis langsung menghubungi beberapa narasumber yang sudah ditentukan. Apabila narasumbernya sudah menyetujui dan bersedia datang dalam program acara ini, maka penulis mengkonfirmasi kembali kesediaannya untuk menjadi narasumber di program radio penulis.

### **3.1.3 Melakukan Penelitian**

Penulis melakukan observasi dengan mendengarkan beberapa stasiun radio, seperti Radio Prambors, Radio Heartline FM, Gen FM, dan MNC Trijaya FM. Penulis juga mencari stasiun radio yang cocok

dengan program radio yang penulis buat. Pada akhirnya, penulis memilih Radio Heartline FM sebagai radio program BASO.

Penulis juga observasi mencari narasumber yang memiliki pengalaman di bidang *travel*. Narasumber tersebut harus memiliki banyak pengalaman di bidang *travel* dan telah mengunjungi banyak tempat baik Indonesia maupun luar negeri.

#### **3.1.4 Melakukan Kontrak Kerja**

Penulis dan tim melakukan pengajuan ke Radio Heartline untuk meminjam frekuensi radio dan ruang studio untuk mempublikasikan program BASO (Bincang Sore) ini. Setelah mendapatkan persetujuan, penulis dan tim menjelaskan program BASO ke *Program Director* Radio Heartline FM. Kemudian penulis dan tim memberikan surat kontrak kerja antara program BASO (Bincang Sore) dengan Radio Heartline.

#### **3.1.5 Menentukan Penyiar**

Penyiar merupakan bagian terpenting dalam berjalannya suatu siaran radio. Penyiar bertugas untuk menyiarkan dan membawakan acara radio. Penulis dan tim mencari dua penyiar yang akan membawakan acara *talk show* yang sudah disusun. Penyiar yang penulis cari harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Satu laki-laki dan satu perempuan
- b. Memiliki pengalaman sebagai presenter atau penyiar radio
- c. Memiliki tata bahasa yang baik

- d. Memiliki karakter yang ceria dan mampu membangun suasana
- e. Memiliki karakter yang mau belajar dan mampu berinteraksi dengan baik

Berdasarkan kriteria tersebut, penulis dan tim menemukan dua orang penyiar yang memiliki beberapa kriteria yang telah ditentukan. Penyiar program BASO adalah Adi Surya Patra (Adi) dan Bella Viona Casvfrilla (Vio).

Adi memiliki pengalaman menjadi penyiar UMN Radio selama tiga tahun. Dia juga memiliki karakter yang ceria dan mampu membangun suasana. Dalam melakukan siaran, Adi memiliki karakter yang dewasa dan santai. Adi juga bertutur bahasa yang baik dan suara yang tinggi dengan penuh semangat.

Vio memiliki pengalaman lebih dari tiga tahun dalam dunia *presenting*. Vio juga memiliki karakter yang ceria, serta memiliki tutur bahasa yang baik sehingga mampu berinteraksi dengan baik. Dia dapat membawa suasana dan memiliki suara dengan nada yang rendah. Perpaduan kedua penyiar akan menghasilkan suasana siaran yang diinginkan penulis dan tim. Adi akan menjadi penyiar utama dalam menanyakan seputar pariwisata yang dibahas dan menghidupkan suasana.

### 3.1.6 Membuat Promosi Media Sosial

Penulis akan membuat konten di media sosial khususnya *Instagram*, untuk mempromosikan program radio penulis, dan memperkenalkan identitas program radio ini. Hal ini dilakukan supaya banyak orang *aware* terhadap program radio penulis dan menunggu hingga program radio ini nantinya akan mengudara. Isi dari media sosial ini pun berupa promosi dan juga macam-macam konten yang akan penulis bawakan. Beberapa hari sebelum mengudara penulis juga akan mengunggah foto narasumber beserta tema yang diangkat, guna mengajak pendengar untuk mendengarkan siaran program radio penulis.

## 3.2 Profil Radio Heartline FM

3.2 Gambar Logo Radio Heartline



Sumber: [www.heartline.co.id](http://www.heartline.co.id)

Radio Heartline berdiri sejak tahun 1998 dan berdiri di bawah PT Radio Jati Yaski Mandiri. Jangkauan siaran radio ini lebih dari tiga juta orang pendengar yang tersebar di kawasan, Jakarta, Bogor, Tangerang, Depok, Bekasi, dan Serang. Radio Heartline dirancang sebagai radio keluarga dengan target pendengar usia muda dan dewasa yang selalu dinamis dan

menyukai informasi aktual. Saat ini Heartline FM mengudara dari Gedung Heartline Center di Jl. Permatasari No. 1000, Villa Permata, Lippo Village, Karawaci Tangerang 15810. Radio Heartline memiliki slogan “*Keep on Growing and Never Give Up*” dan memiliki sapaan untuk pendengarnya yaitu *Heartliners* atau *Heartlisteners*. Tidak hanya radio terrestrial, Radio Heartline juga mengembangkan diri di dunia Internet, dengan siaran *streaming* melalui *website* ([www.heartline.co.id](http://www.heartline.co.id)) ataupun *Apps* di *Android*, *SoundCloud* dan *YouTube Channel* (Heartline FM Tangerang).

Program BASO (Bincang Sore) adalah program bincang-bincang bersama tokoh-tokoh yang akan memberikan inspirasi pada pendengar. Program ini dibagi menjadi tiga pembahasan, yakni Sosok Inspirasi, Karya Inspirasi dan Pariwisata Inspirasi. Dalam program ini penulis akan menggali informasi dari narasumber yang diundang, untuk memberikan informasi kepada pendengar.

Program BASO (Bincang Sore) memiliki format *one on one talk*. Program ini akan ditayangkan secara *live*. Dominasi dengan perbincangan antara penyiar dan narasumber mengenai informasi yang menginspirasi narasumber akan terasa di sini. Namun sebelum memulai *talk show* akan ditambah *feature profile* narasumber dan segmen interaktif. Selain itu program ini akan diselingi dengan musik agar pendengar tidak terlalu bosan, serta akan ada iklan yang sudah disediakan dari Radio Heartline.

### 3.3 Anggaran

Dalam melakukan produksi radio ini, penulis membutuhkan biaya dalam pelaksanaan. Berikut adalah anggaran dana yang akan digunakan oleh penulis dalam membuat produksi radio ini.

Tabel 3.1 Anggaran Program Radio BASO (Bincang Sore)

| NO                            | KETERANGAN        | BANYAK           | ANGGARAN               |
|-------------------------------|-------------------|------------------|------------------------|
| 1.                            | Narasumber        | 1 Orang          | Rp. 1000.000,-         |
| 2.                            | Penyiar           | 2 Orang          | Rp. 500.000,-          |
| 3.                            | Konsumsi          | 1 Hari x 4 Orang | Rp. 200.000,-          |
| 4.                            | Transportasi      | 1 Hari           | Rp. 100.000,-          |
| 5.                            | Biaya Tak Terduga |                  | RP. 200.000,-          |
| <b>TOTAL RENCANA ANGGARAN</b> |                   |                  | <b>Rp. 2.000.000,-</b> |

### 3.4 Target Luaran / Publikasi

Program radio yang akan penulis buat berupa program *talk show* radio yang mengangkat tentang inspirasi. Target pendengar yang disasar oleh penulis adalah berumur 17-35 tahun. Penulis berharap program ini dapat memberikan inspirasi pada pendengar mengenai pariwisata, sosok, serta karya.

Radio Heartline FM adalah sebuah radio keluarga dengan target pendengar 20-45 tahun. Radio ini memiliki slogan “*The Family Station*” dan tayang setiap hari. Namun, tayangan hari Minggu adalah tayangan yang tidak menetap. Sehingga Radio Heartline FM membuka peminjaman studio pada

hari Minggu. Hal ini dibuka karena pihak Radio Heartline FM ingin ada program anak muda pada hari minggu.

Melihat karakteristik radio ini, penulis mengajukan penawaran publikasi karya yang akan dibuat oleh penulis. Penulis juga telah menemui *Program Director* Radio Heartline, B. Riama Silitonga pada 6 Maret 2019. Berdasarkan hasil pertemuan itu, penulis dan tim mendapatkan *slot* tayang pada hari Minggu jam 15:00 – 16:00.

