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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB II

KERANGKA KONSEP

2.1. Tinjauan Karya Sejenis

Tinjauan karya sejenis dijadikan sebagai acuan penulis dalam membuat karya, penulis mencari informasi dari karya sejenis yang sudah ada. Karya yang akan menjadi acuan harus membahas mengenai sosok inspiratif dan juga merupakan program radio *talk show.* Berikut ini adalah beberapa karya sejenis yang sesuai dengen ketentuan dan karya yang akan dibuat oleh penulis.

Tabel 2.1 Perbandingan Program Radio

	SUARA UNTUK NEGERI	**TOKOH BICARA**
Media	Radio Heartline FM	Radio MNC Trijaya
Frekuensi	100,6 FM	104,6 FM
Format Program	*Talk show*	*Talk show*
Bahasan Utama	Membahas mengenai orang yang berjuang dan melakukan kontribusi di bidang sosial dan budaya	Sebuah program yang mengulas profil tokoh Indonesia. Baik Tokoh Nasional maupun Tokoh Daerah. Dikemas dengan gaya yang akrab, serius dan santai.

Inspirasi : pengembangan program..., Grace Kartika Rosalin Sitorus, FIK UMN, 2019

Hari Tayang	Kamis	Senin
Jam Tayang	16.00 – 16.30	20.00 – 21.00
Kelebihan	Pemilihan narasumber berdasarkan pengalaman yang sudah dilewati oleh narasumber. Topik yang dibahas juga mampu memberikan sudut pandang tentang narasumber	Pemilihan narasumber yang diwawancarai merupakan seseorang yang memiliki pengaruh. Sehingga pembahasannya berkaitan dengan kehidupan di masyarakat.
Kelemahan	Topik yang dibahas berbeda-beda setiap minggunya. Dan juga topik bahasannya terlalu luas, sehingga pendengar terkadang merasa kebingungan.	Pembahasan tokohnya tidak dijelaskan secara lebih detail. Profil yang dibahas jauh lebih banyak dibandingkan dengan inspirasi yang dapat dipetik.

Berdasarkan perbandingan diatas, persamaan dengan radio yang penulis buat adalah programnya berupa *talk show* yang membahas mengenai tokoh/sosok tertentu yang pastinya memiliki pengalaman lebih dibidangnya dan juga menjadi inspirasi bagi banyak orang. Hal tersebut sama dengan tema yang penulis buat. Sedangkan perbedaannya adalah narasumber yang diundang

Inspirasi : pengembangan program..., Grace Kartika Rosalin Sitorus, FIK UMN, 2019

berasal dari berbagai kalangan seperti politikus atau tokoh-tokoh yang cukup luas. Sedangkan penulis lebih berfokus pada narasumber dikalangan milenial.

2.2. Teori atau Konsep-Konsep yang Digunakan

2.2.1. Komunikasi Massa

Dalam bukunya mengenai komunikasi massa Romli (2016, p. 1) menulis definisi komunikasi massa menurut Bittner yaitu komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang. Media komunikasi yang termasuk kedalam media massa antara media elektronik seperti radio dan televisi, kemudian media cetak seperti surat kabar dan majalah.

Ciri-ciri dari komunikasi massa adalah komunikasi menggunakan media massa, baik media audio visual maupun media cetak. Kemudian media massa melibatkan lembaga dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks. Bila pesan disampaikan melalui media pertelevisian maka prosesnya komunikator melalukan suatu penyampaian pesan melalui teknologi audio visual secara verbal maupun nonverbal dan nyata.

Ada beberapa efek dari komunikasi massa yang diungkapkan oleh Romli (2016, p. 14-17) diantaranya; kognitif, afektif, dan behavioral.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

a. Efek Kognitif

Efek kognitif ini akan dibahas mengenai bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitif. Melalui media massa, kita dapat memperoleh informasi tentang benda, orang, atau tempat yang belum pernah kita ketahui sebelumnya.

b. Efek Afektif

Selain dapat menerima informasi, khalayak juga diharapkan dapat merasakannya. Bila ada suatu pemberitaan yang membahas mengenai suatu topi yang hangat dan juga jadi topik pembicaraan seperti kasus penyalahgunaan narkoba. Khalayak tentunya akan memiliki perasaan jengkel, iba, kasihan atau bisa jadi senang. Perasaan tersebut tentunya sesuai dengan emosi dan juga pembahasan dari berita tersebut.

c. Efek Behavioral

Efek Behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk prilaku, tindakan, atau kegiatan. Misalnya, adegan kekerasan dalam sebuah tayangan akan menyebabkan meniru adegan tersebut. Efek ini juga tergantung dari kontennya, karena tidak semua konten yang memiliki efek yang sama.

Inspirasi : pengembangan program..., Grace Kartika Rosalin Sitorus, FIK UMN, 2019

2.2.2. Tahapan Produksi Radio

Tahapan produksi radio terbagi menjadi tiga tahap. Yaitu, tahap pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Berikut ini adalah penjelasan mengenai tiga tahapan produksi radio. (Lewy, 2009)

a. Tahapan pra-produksi ini merupakan tahap awal dari seluruh kegiatan proses produksi acara radio. Yang termasuk dalam proses pra-produksi ini antara lain. Penentuan tema, mencari narasumber, mengumpulkan data dan informasi, menentukan musik pendukung dan juga penulisan naskah.

b. Tahapan produksi ini merupakan acara inti atau produksi siaran radio, kemudian dipublikasikan melalui gelombang frekuensi yang dapat diterima pendengar. Dalam proses ini, ada dua macam cara yang dapat digunakan, yaitu *live* atau siaran langsung dan juga *taping* atau rekaman.

c. Tahap terakhir atau pasca produksi ini adalah tahap terakhir sebuah acara. Dalam tahapan ini dilakukan evaluasi. Evaluasi ini merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mengukur dan mengetahui hasil dari kegiatan produksi yang telah dilakukan terkait dengan penyiar. Evaluasi ini juga dijadikan bahan penilaian agar produksi untuk selanjutnya bisa dilakukan lebih baik lagi.

Inspirasi : pengembangan program..., Grace Kartika Rosalin Sitorus, FIK UMN, 2019

2.2.3. Inspirasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia inspirasi merupakan ilham. Pada dasarnya inspirasi merupakan pikiran yang sudah melekat pada jiwa atau hati manusia. Namun, inspirasi juga timbul dengan adanya rangsangan dari luar. Banyak orang percaya bahwa untuk menciptakan inspirasi perlu ide unik yang belum pernah dipikirkan sebelumnya. (Lentera, 2016, para 1)

Inspirasi berbeda dengan motivasi yaitu proses yang mendorong atau mempengaruhi seseorang untuk mendapatkan atau mencapai apa yang diinginkannya. Dilansir pada tulisan di IDN Times (2018, para. 3) Inspirasi dapat berasal dari mana saja, bisa saja berasal dari buku bacaan favorit, lingkungan sekitar, ataupun orang-orang terdekat.

2.2.4. Radio

Dalam bukunya Romli mengutip sebuah kalimat bahwa radio merupakan media massa paling luas dan populis. Luas karena radio dapat menjangkau banyak daerah hingga yang terpencil sekalipun. Berikut ini adalah beberapa karakteristik dari media radio menurut Romli ;

a. Auditori

Radio berhubungan dengan suara. Yang didengar oleh pendengar adalah suara, oleh karena itu siaran radio harus diproduksi secara jelas. Hal

Inspirasi : pengembangan program..., Grace Kartika Rosalin Sitorus, FIK UMN, 2019

tersebut kembali lagi karena siaran radio tidak bisa diulang bukanlah seperti media cetak yang dapat dilihat kembali kebelakang.

b. *Theatre of Mind* atau Imajinatif

Radio menciptakan gambar dalam imajinas pendengar dengan kekuatan kata dan suara. Siaran radio merupakan seni memainkan imajinasi pendengar.

c. Murah

Dibandingkan dengan media yang lainnya. Radio relatif murah. Pendengar bisa saja tidak mengeluarkan biaya sama sekali untuk mendengarkan radio.

d. Fleksible, Mobile, Portable

Radio dapat didengarkan dimanapun, dan sedang melakukan apapun, tanpa menganggu aktivitas. Radio pun sekarang sudah dapat didengarkan melalui *handphone.*

2.2.5. Talk show

Menurut Romli (2017, p. 143), *Talk show* disebut juga *Chat Show* adalah program siaran berupa bincang-bincang atau mengobrol santai tapi serius antara penyiar (yang bertindak sebagai pemandu *talk show*/moderator

Inspirasi : pengembangan program..., Grace Kartika Rosalin Sitorus, FIK UMN, 2019

dengan seorang atau lebih narasumber. Temanya bisa khusus bisa pula bebas sesuai dengan pertanyaan dari pendengar.

Dalam bukunya Romli juga mengatakan bahwa *talk show* bisa disiarkan secara langsung (*live)* ditambah dengan melibatkan pendengar melalui telepon interaktif, bisa pula berupa rekaman (siaran tunda). Tapi, pada umumnya disiarkan secara langsung.

2.2.6. Strategi Penyiaran

Dalam radio pendengar ditempatkan menjadi subjek yang mampu menarik simpati dan juga keterlibatan dari pendengar. Keberhasilan dari stasiun pemyiaran radio dan televisi adalah program dan acara dari media tersebut. Suatu program dapat diperoleh dengan cara memproduksi program sendiri dan juga disertakan dengan keterampilan memadukan wawasan, kreativitas, dan kemampuan untuk memgoperasikan peralatan produksi. (Romli, 2016, p. 79-81).

Dalam bukunya yang berjudul Strategi Pengelolaan Radio Siaran di Tengah-Tengah Perkembangan Teknologi Internet, Riharton (2015, p. 56) menjelaskan bahwa *broadcaster* dalam produksi radio siaran tentunya penting memiliki *Standar Operational Procedure* (SOP) untuk mengetahui segi ketepatan waktu maupun ketepatan program yang sesuai dengan kebutuhan pendengar, SOP juga harus dipatuhi agar tidak terjadi kesalahan informasi saat *On Air*.

Inspirasi : pengembangan program..., Grace Kartika Rosalin Sitorus, FIK UMN, 2019

Berikut ini yang termasuk kedalam *Standar Operational Procedure* (SOP) ;

a. *Planning:* Perencanaan dilakukan melalui diskusi kelompok hingga akhirnya menemukan tujuan dan target, biaya produksi, durasi, promosi, sumber materi dan music, target pendengar, dan penempatan siar termasuk para kru yang akan terlibat.
b. *Collecting:* Mengumpulkan materi yang dibutuhkan untuk siaran seperti menentukan calon narasumber dan bahan materi sehingga dapat diolah untuk produksi acara radio.
c. *Writing:* Penulisan naskah berasal dari klarifikasi materi yang ditermia dan diangkat dengan rapi menjadi sebuah naskah dari pembuka sampai penutup.
d. *Mixing:* Melakukan penggabungan materi suara dengan berbagai music dan *sound effect* oleh *mixerman* yang akan menghasilkan paket acara yang siap siar. Proses ini sangat perlu diperhatikan karena setiap kemasan produksi siar akan berbeda jenis lagu maupun musiknya.
e. *On Air.* Penayangan acara sesuai dengan *rundown* yang telah direncanakan dan *live* (siaran langsung).
f. *Evaluation:* Proses ini dilakukan sesuai siaran untuk memperbaiki kesalahan atau kekurangan dari suatu program untuk siaran kedepan.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Inspirasi : pengembangan program..., Grace Kartika Rosalin Sitorus, FIK UMN, 2019