

BAB II

KERANGKA KONSEP

2.1 Karya Terdahulu

Beberapa karya sejenis yang dapat dijadikan sebagai acuan dalam produksi program radio. Adapun kriteria karya sejenis yang penulis dapatkan memiliki format yang sama, yakni program *talk show* dan *podcast* baik melalui *live streaming* radio. Berikut tinjauan karya sejenis yang penulis gunakan:

2.1.1 Smart FM (Smart Business Talk)

Smart Business Talk adalah salah satu program Smart FM yang fokus membahas topik seputar bisnis, manajemen, dan pengembangan diri. Program ini dirancang untuk memberikan wawasan mendalam kepada para profesional, pengusaha, hingga mahasiswa yang tertarik memperluas pengetahuan mereka tentang dunia bisnis. Melalui diskusi bersama para pakar, seperti motivator bisnis James Gwee, program ini membedah strategi sukses, mulai dari cara mengelola keuangan perusahaan, teknik negosiasi efektif, hingga keterampilan komunikasi yang mempengaruhi. Tak hanya teori, Smart Business Talk juga menawarkan solusi praktis untuk menghadapi tantangan bisnis modern, seperti manajemen perubahan di era digital dan adaptasi terhadap tren pasar yang terus berkembang.



Gambar 2.1 Logo Smart FM

Smart Business Talk juga memiliki daya tarik karena pembahasannya relevan dengan kondisi bisnis terkini, membahas mulai dari strategi

menghadapi krisis ekonomi, pentingnya inovasi digital, hingga cara membangun brand yang kuat di tengah persaingan pasar. Program ini tidak hanya memberikan teori, tetapi juga studi kasus nyata yang membantu pendengar memahami bagaimana konsep bisnis diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan menghadirkan narasumber kredibel dan topik-topik yang selalu up-to-date, contohnya kerap mengadakan sesi khusus, seperti *Start Strong*, yang bertujuan mempersiapkan pendengar untuk memulai tahun dengan langkah bisnis yang kuat dan terarah.

2.1.2 Uang Bicara KBR

Uang Bicara adalah podcast produksi KBR Prime yang membahas topik-topik seputar keuangan dan ekonomi. Program ini dirancang untuk membantu pendengar menavigasi berbagai isu finansial, mulai dari investasi, kebijakan ekonomi, hingga tips praktis untuk menjaga kondisi keuangan tetap sehat. Dengan pendekatan yang santai, tetapi informatif, Uang Bicara berupaya menjadikan topik ekonomi yang kompleks menjadi lebih mudah dipahami oleh berbagai kalangan.



Gambar 2.2 Logo Uang Bicara KBR

Setiap episodenya menghadirkan narasumber yang kompeten di bidangnya, seperti analis keuangan, konsultan bisnis, dan praktisi industri. Misalnya, dalam episode "Ekonomi Lagi Deflasi, Investor Ritel Harus Gimana?", Uang Bicara mengajak Analis KGI Sekuritas, Rovandi, untuk membahas dampak deflasi terhadap pasar modal dan strategi yang tepat bagi investor ritel. Pendekatan ini memberikan perspektif yang beragam dan

mendalam sehingga pendengar dapat memperoleh wawasan yang komprehensif mengenai situasi ekonomi terkini.

Selain itu, Uang Bicara juga membahas tren dan fenomena terbaru dalam dunia kerja dan bisnis. Contohnya, episode "Kerja Remote Digaji Dolar, Siapa Mau?" mengeksplorasi peluang kerja jarak jauh dengan bayaran mata uang asing, sebuah topik yang relevan di era *gig economy*. Dengan topik-topik yang aktual dan narasumber yang berpengalaman, Uang Bicara menjadi sumber informasi terpercaya bagi mereka yang ingin memahami dinamika ekonomi dan keuangan dengan lebih baik.

2.1.3 Prambors Night Shift

Prambors Night Shift adalah program malam Prambors FM yang hadir setiap hari pukul 20.00 hingga 24.00 WIB. Dibawakan oleh penyiar Mario Pratama dan Paquita Genuschka, program ini menjadi teman setia bagi para pendengar, khususnya gen-Z, yang ingin menghabiskan malam dengan obrolan santai dan bermakna. Program ini membahas berbagai topik seperti hubungan percintaan, isu sosial, pengembangan diri, hingga cerita-cerita unik yang relate dengan kehidupan sehari-hari. Dengan nuansa yang hangat dan interaktif, pendengar juga diajak untuk berbagi pengalaman mereka lewat media sosial atau sambungan telepon, menciptakan ruang aman bagi siapa saja yang ingin curhat atau sekadar mendengar cerita orang lain.



Gambar 2.3 Logo Prambors Night Shift

Ciri khas Prambors Night Shift adalah cara penyiar membangun kedekatan emosional dengan pendengarnya. Bahasa yang digunakan santai, sesekali diselipkan humor, tetapi tetap menawarkan perspektif baru dalam setiap

pembahasan. Dengan sentuhan humor dan bahasa yang ringan, program ini sukses menciptakan suasana malam yang hangat dan *relatable*.

No.	Nama Program	Kelebihan	Kekurangan	Apa yang Bisa Dimasukkan ke City Hitz
1.	Smart Business Talk (Smart FM)	- Mengulas bisnis, wirausaha, dan strategi manajemen. - Insightful, cocok untuk profesional dan pebisnis muda. - Narasumber ahli di bidangnya.	- Topik sangat serius dengan beberapa kata di dunia ekonomi yang jarang diketahui - Kurang cocok bagi pemula.	- Gaya santai dan bahasa ringan, tetapi tetap edukatif untuk bahasan finansial,
2.	Uang Bicara KBR	- Fokus pada edukasi finansial dan ekonomi. - Narasumber kredibel: ekonom, pengusaha, dll. - Membahas tren keuangan terkini.	- Gaya bahasan cukup formal, kurang cocok untuk pendengar santai. - Kurang interaktif, lebih satu arah.	Bahas topik keuangan seperti <i>Uang Bicara</i> mulai dari cara mengatur gaji pertama, tips investasi, atau bisnis sampingan, tetapi tetap dengan nada santai, tidak terlalu formal.
3.	Prambors Night Shift	- Gaya siaran santai dan dekat dengan Gen-Z. - Interaktif, pendengar bisa curhat dan ikut diskusi. - Topik ringan tapi relate: cinta, self-improvement, dll.	- Kurang mendalam untuk topik serius. - Dominan hiburan, kurang edukatif bagi yang mencari insight berat.	Mengadopsi pendekatan <i>Prambors Night Shift</i> : Mengundang narasumber variatif: financial planner, entrepreneur muda, dan Gen-Z freelancer/kantoran.

Tabel 2.1 Karya Terdahulu

2.2 Konsep yang Digunakan

2.2.1. Nilai Berita Jurnalistik

Nilai berita jurnalistik adalah kriteria yang digunakan untuk menilai apakah suatu peristiwa layak diliput dan disebarluaskan (Putri, V. K. M, 2021). Dalam dunia jurnanisme, nilai berita berfungsi sebagai panduan bagi jurnalis untuk menentukan kelayakan suatu informasi untuk diberitakan. Hal ini penting karena tidak semua peristiwa yang terjadi memiliki relevansi atau daya tarik yang sama bagi publik. Nilai berita membantu jurnalis untuk menghasilkan laporan yang informatif dan menarik, sehingga dapat memenuhi kebutuhan informasi masyarakat.

Terdapat beberapa nilai berita yaitu mulai dari penting (*significance*), aktualitas (*timeless*) yang menilai sejauh mana peristiwa tersebut relevan dengan kondisi terkini, pengaruh (*magnitude*), kedekatan (*proximity*) yaitu ketika berita akan terasa lebih penting jika terjadi di sekitar wilayah *audiens*, akibat atau dampak (*impact*) yaitu sejauh mana peristiwa memengaruhi banyak orang, konflik (*conflict*) juga menarik perhatian karena mencerminkan pertentangan, ketegangan, atau pertarungan kepentingan, baik dalam ranah politik, hukum, maupun sosial, ketokohan (*prominence*) yaitu suatu peristiwa menjadi lebih menarik jika melibatkan figur terkenal atau berpengaruh, seperti pejabat publik, selebritas, atau tokoh masyarakat, *human interest* (ketertarikan manusia), keanehan (*unusualness*), dan kekinian (*currency*).

Dengan menerapkan nilai berita jurnalistik memungkinkan jurnalis untuk menyajikan pesan yang tidak hanya bermanfaat, tetapi juga relevan dan menarik bagi *audiens* mereka. Dari nilai berita jurnalistik yang ada, karya yang dibuat oleh penulis telah mengandung beberapa diantaranya yaitu *proximity* karena karya berbasis di Tangerang dan *significance* karena literasi keuangan penting untuk diketahui.

2.2.2. Proses Produksi Radio

Produksi radio adalah serangkaian proses yang dilakukan untuk menciptakan sebuah siaran audio yang siap didengarkan oleh publik. Tahapan produksi radio secara umum dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu praproduksi, produksi, dan pascaproduksi (Pamungkas & Setiawan, 2023).

A. Praproduksi

Praproduksi merupakan tahapan awal dalam proses produksi, yang meliputi kegiatan pembuatan ide cerita sampai dengan skenario. persiapan merupakan kegiatan praproduksi tahap akhir sebagai kegiatan yang akan menakar segala macam perencanaan yang sudah didesain. Segala macam perencanaan yang sudah didesain akan dievaluasi kembali pada tahap ini hingga semuanya pasti, dan siap untuk jalan syuting.

B. Produksi

Produksi adalah tahap eksekusi pengambilan audio yang telah didesain pada tahap praproduksi. Tahap produksi akan berjalan baik, jika tahap praproduksi terdesain dengan baik. Pada tahap produksi, manajemen waktu menjadi hal penting untuk diperhatikan. Hal ini berkaitan dengan aktivitas kru, pengambilan audio, narasumber, dan seluruh pihak yang terlibat.

C. Pascaproduksi

Pascaproduksi merupakan kegiatan yang di dalamnya meliputi *editing*, *mixing* suara, hingga pewarnaan jika film. Proses ini yang sangat ditekankan pada bidang radio, karena memang radio mengandalkan kreativitas dan penciptaan karya audio.

2.2.3. Siaran Radio

Siaran radio adalah proses penyampaian informasi, hiburan, atau pesan lainnya melalui gelombang radio yang ditujukan kepada khalayak umum (Zay, 2024). Sebagai salah satu bentuk media massa, siaran radio berfungsi untuk menyebarkan informasi kepada khalayak secara cepat dan serentak, memungkinkan pendengar untuk menerima berita dan hiburan dengan mudah. Seiring berjalannya waktu, teknologi radio berkembang dan radio digital menawarkan kebebasan mendengarkan di mana saja, akses ke berbagai genre, interaksi langsung dengan pendengar, dan tanpa batasan jarak, menjadikannya pilihan lebih menarik dibandingkan radio konvensional. Penyiaran radio digital merupakan teknologi di bidang penyiaran radio terestrial yang mengirimkan sinyal audio/suara setara kualitas CD (Compact Disc) bebas dari interferensi dan *noise* kepada pendengar radio (Sartono et al., 2008, pg. 122).

2.2.4. Jenis Program Radio

Program Siaran radio terdiri dari Music Program, Talkshow dan News Program. Namun, biasanya suatu program siaran dapat dikombinasi (mix) dari 2 atau 3 jenis siaran tersebut (Sartono et al., 2008, pg. 165-166). Program music biasanya dibuat format sesuai jenis musiknya dan jarang sekali dicampur untuk berbagai jenis musik. Siaran program musik dirancang dengan format dialog dengan pendengar, menyuguhkan musik, selingan iklan dan dilanjutkan pemutaran lagu berikutnya. Kemudian, *talk show* atau dialog interaktif yang melibatkan narasumber dan peserta, baik yang ada di dalam studio maupun pemirsa di rumah.

Talk Show berasal dari bahasa Inggris yang terdiri dari

dua kata, yaitu *talk* (obrolan) dan *show* (pertunjukan). Talk show dalam format audio adalah sebuah berita yang disampaikan dalam bentuk suara dan memiliki gaya seperti berbincang-bincang. Topik berita yang dibicarakan juga memiliki nilai berita aktual atau isu yang sedang ramai diperbincangkan (Turow, 1974, p. 171). *Talk show* biasanya menampilkan satu atau lebih narasumber yang memiliki pengetahuan atau pengalaman terkait topik yang dibahas. Diskusi dapat berlangsung dalam suasana formal ataupun santai, dan sering kali melibatkan interaksi dengan audiens melalui telepon atau pesan. Format pada *talk show* dimulai dari pembukaan yang diisi dengan pengenalan narasumber ataupun peserta. Kemudian, mengupas subtema pertama. Dilanjut jeda untuk iklan. Sampai seterusnya dan ditutup dengan penyampaian kesimpulan dan salam (Sartono et al., 2008, pg. 166).

Ciri khas dari talk show radio terletak pada gaya penyampaian yang komunikatif, tematik, dan cenderung interaktif, di mana seorang host berperan penting dalam mengarahkan jalannya diskusi bersama satu atau beberapa narasumber (Sartono et al., 2008). Biasanya, topik yang diangkat bersifat aktual, edukatif, dan relevan dengan kebutuhan pendengar, menjadikan talk show radio sebagai media yang efektif dalam menyampaikan opini publik atau edukasi dengan cara yang lebih santai dan mudah dicerna. Gaya bicara yang akrab dan natural menjadi daya tarik utama karena pendengar hanya mengandalkan audio tanpa bantuan visual.

Kekuatan utama dari *talk show* radio terletak pada kemampuannya untuk mengeksplorasi isu secara mendalam, sekaligus membangun kedekatan emosional antara host, narasumber, dan audiens (Sartono et al., 2008). Fleksibilitas formatnya memungkinkan talk show untuk dikemas dalam gaya formal maupun santai, sesuai dengan karakter pendengar yang

disasar. Selain memberikan wawasan baru, talk show juga mampu menjadi platform penyambung aspirasi masyarakat, terutama dalam skala lokal. Talk show radio tidak hanya menghibur, tetapi juga memiliki nilai informatif yang tinggi, menjadikannya media komunikasi yang tetap relevan hingga saat ini.

Dalam membuat talk show radio, beberapa hal penting yang harus diperhatikan adalah pemilihan topik yang relevan dan menarik, narasumber yang berkompeten, serta host yang mampu mengarahkan percakapan dengan baik. Selain itu, penyusunan segmen, durasi, dan kualitas teknis seperti kejernihan audio juga harus dipersiapkan secara matang. Talk show yang baik tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga mampu menciptakan kedekatan emosional dengan pendengar melalui gaya penyampaian yang hangat dan akrab (Sartono et al., 2008).

2.2.5. Teknik Siaran Radio

Teknik siaran radio dibagi dalam dua bagian yaitu siaran langsung dan siaran tidak langsung (Sartono et al., 2008, pg. 160-162). Siaran langsung atau *live* adalah siaran yang proses produksi sampai dengan pemancaran dilakukan pada saat itu juga (*real time*). Siaran langsung dapat diselenggarakan di dalam studio atau di luar studio, bergantung dari acara yang akan disiarkan secara langsung tersebut berada di mana. Kemudian, siaran tidak langsung adalah siaran yang proses produksi dilakukan dahulu baru kemudian pada waktu berikutnya disiarkan.

Dalam siaran radio, wawancara narasumber menjadi penting dan tidak cukup bermodal suara emas (*golden voice*), tetapi juga perlu wawasan, *sense of music*, *sense of humor* (Sartono et al., 2008, pg. 153-158). Dalam wawancara narasumber, penyiar harus berwawasan agar siarannya dinamis dan tidak monoton.

Terdapat beberapa hal teknis yang harus dikuasai dalam wawancara radio seperti:

- 1) Menampilkan suara terbaik dengan rileks karena ketika tenggorokan tercekik (*tight throat*), leher tegang, dan pundak yang kaku, akan membuat tidak dapat mengeluarkan suara terbaik. Relaksasi diperoleh melalui sebuah proses fisik berupa peregangan dan pernapasan.
- 2) Mengatur pernapasan karena napas yang tidak stabil tidak akan menghasilkan siaran yang bagus. Oleh karena itu, naskah siaran harus memberi kesempatan untuk bernapas. Ketika membaca naskah, dapat buatlah tanda untuk mengambil napas.
- 3) Tersenyum meski pendengar tidak dapat lihat karena berbicara dengan senyum, maka pesan yang disampaikan akan terasa hangat, ramah, *friendly*, di telinga pendengar.
- 4) Gunakan gerakan tubuh (*gesture*), meskipun tidak ada orang yang melihat karena penyiar aktor utama dalam siaran radio.
- 5) Gunakan jeda untuk beberapa detik untuk membiarkan pesan sampai ke pendengar.
- 6) Infleksi dengan mempelajari cara orang berbicara saat ngobrol menggunakan pola pembicaraan itu ketika membaca naskah.

2.2.6. Jingle

Jingle dalam konteks radio adalah lagu pendek yang dirancang khusus untuk mempromosikan suatu merek, produk, atau layanan. *Jingle* biasanya memiliki melodi yang *catchy* dan lirik yang mudah diingat sehingga dapat menciptakan kesan yang kuat di benak pendengar. *Jingle* sering kali digunakan dalam iklan radio dan televisi, serta di platform digital seperti media sosial dan streaming musik. Dengan memanfaatkan kekuatan musik, *jingle* dapat menyampaikan pesan pemasaran dengan cara yang menghibur dan efektif.

Jingle tidak mudah dipindahkan ke produk lainnya dan memiliki kemampuan untuk menyampaikan sebuah tayangan dengan menciptakan kesan mendalam yang dapat bertahan lama di benak *audience* (Abdi, H., 2024). Oleh karena itu, manfaat utama dari *jingle* adalah kemampuannya untuk membangun hubungan emosional antara program dan *audience*. Melodi yang menarik dan lirik yang sederhana membantu *audience* mengingat dengan lebih mudah, bahkan setelah program selesai. *Jingle* yang sukses dapat meningkatkan *brand awareness* secara signifikan dan membedakan program dari pesaing lainnya. Secara keseluruhan, *jingle* merupakan alat pemasaran yang efektif dan kreatif dalam dunia radio dan periklanan.

2.2.7 Financial Planning

Dalam buku *Pengelolaan Perencanaan Keuangan: Strategi cerdas dan efektif mengubah keuangan anda*, oleh Widhiastuti, (2024) menjelaskan bahwa perencanaan keuangan (*financial planning*) adalah strategi untuk membantu mencapai tujuan keuangan dan menjadi proses seseorang mencapai tujuan keuangan tersebut dengan menerapkan rencana keuangan yang lebih luas. Dalam buku menekankan pentingnya

memahami tujuan keuangan, baik jangka pendek maupun jangka panjang, sebagai langkah awal dalam merencanakan keuangan. Tujuan ini dapat mencakup berbagai aspek seperti pendidikan anak, membeli rumah, pensiun, dan dana darurat untuk menghadapi situasi tak terduga. Dengan memahami posisi keuangan yang ada, individu dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam pengelolaan keuangannya. Hal ini juga membantu dalam menetapkan prioritas dan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan keuangan yang telah ditentukan.

Perencanaan keuangan bukanlah kegiatan sekali jalan, melainkan proses berkelanjutan yang memerlukan evaluasi dan penyesuaian secara berkala. Seiring dengan perubahan dalam kehidupan pribadi dan kondisi ekonomi, rencana keuangan juga harus disesuaikan agar tetap relevan dan efektif. Hal ini mencakup revisi terhadap anggaran, investasi, dan strategi pengelolaan utang. Perencanaan keuangan yang baik tidak hanya berfokus pada akumulasi kekayaan, tetapi juga pada pencapaian kebahagiaan dan kesejahteraan finansial. Dengan merencanakan keuangan secara bijak, individu dapat mencapai kebebasan finansial yang memungkinkan mereka untuk menikmati hidup tanpa tekanan finansial yang berlebihan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA