



**Produksi Program Acara *Talk Show* “Breakout” dan “Kimchi”
Di PRO 2 RRI Semarang
(Pengaruh Acara)**

**Karya Bidang
Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan
Pendidikan Strata 1
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun:

**Afiati Tsalitsati
1403011211069**

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2016**

ABSTRAKSI

Judul Karya Bidang : **Produksi Program Acara *Talk Show* “Breakout” dan “Kimchi” di PRO 2 RRI Semarang (Pengarah Acara)**
Nama : **Afiati Tsalitsati**
NIM : **14030112110069**
Jurusan : **Ilmu Komunikasi**

Radio Republik Indonesia merupakan radio tertua di Indonesia dan satu satunya radio milik pemerintah yang memiliki visi mewujudkan lembaga penyiaran publik Indonesia sebagai radio berjangkauan terluas, pembangun karakter bangsa, berkelas dunia. RRI memiliki jaringan yang sangat luas dari Aceh hingga Papua, namun tidak banyak orang khususnya anak muda yang berminat untuk mendengarkan Radio Republik Indonesia. Alasan utama adalah citra RRI sebagai radio berita dan radio untuk orang tua, sehingga kurang menarik bagi anak muda.

Salah satu solusi adalah membuat program *talk show* “Breakout” dan “Kimchi” di RRI Pro 2 Semarang dan menyasar anak muda sebagai target pendengarnya, sehingga diharapkan dapat kembali meningkatkan pendengar radio khususnya RRI Pro 2 Semarang yang memiliki target pendengar kalangan anak muda. Selama pelaksanaan program ini, penulis bertugas menjalankan acara sesuai dengan *rundown* dan sesuai konsep yang telah dibuat oleh pengarah kreatif serta telah disetujui oleh produser. Promosi dengan menggunakan media sosial seperti *twitter*, *instagram*, *line*, *whatsapp* dilakukan sebelum dan selama acara berlangsung.

Hasil kuesioner paska produksi menunjukkan melalui produksi program *talk show* “Breakout” dan “Kimchi”, kami berhasil meningkatkan jumlah pendengar PRO 2 RRI Semarang. Semula program “Kimchi” hanya 8% dari data awal yang kami peroleh kemudian meningkat menjadi 67%. Sedangkan program “Breakout” yang semula 28% menjadi 65%. Temuan lain adalah program “Kimchi” mengalami peningkatan lebih tinggi dibandingkan dengan program “Breakout”, selain itu tema kuliner adalah tema yang paling menarik minat pendengar. Keberhasilan program *talk show* dihasilkan dari kombinasi antara *buzzing* yang tepat, materi yang menarik (*voxpop* dan *earcatcher*), kerja sama antara penyiar dan narasumber, dan kuis berhadiah.

Kata Kunci: Produksi Program Radio, PRO 2 RRI Semarang, Breakout, Kimchi, Pengarah Acara

ABSTRACT

Title : The Production of “Breakout” and “Kimchi” Talk Show Program at Pro 2 RRI Semarang (Program director)
Name : Afiati Tsalitsati
Student No. : 14030112110069
Major : Communication Studies

Radio Republik Indonesia is the oldest radio in Indonesia and the only government-owned radio that had the vision to realize the public broadcasters Indonesia as the largest networked radio, the character development of the nation, world class. RRI has a very extensive network from Aceh to Papua, but not many people, especially young people who are interested in listening to Radio Republik Indonesia. The main reason is the image of RRI as radio news and radio for the elderly, making it less attractive to young people.

One solution is to create a talk show programs *Breakout* and *Kimchi* on RRI Pro 2 Semarang and targeting young people as the target audience. So it is expected to increase the radio listeners again, especially RRI Pro 2 Semarang, which has a target audience among the young. During the implementation of this program, the author has a duty to execute the event that appropriate with run down and concept that was created by the creative director and has been approved by the producer. Promotion using social media such as *twitter*, *instagram*, *Line*, *whatsapp* is carried out before and during the event.

The questionnaire result of post-production shows through the talk show programs “Breakout” and “Kimchi” our main target is to increase the listener number of PRO 2 RRI Semarang are fulfilled. "Kimchi" program is more increasing than "Breakout" program. Initially the "Kimchi" program only 8% of the initial data that we collect and then increased to 67%. Meanwhile the "Breakout" program which was originally 28% increase into 65%.

Keywords: Radio Program Production, PRO 2 RRI Semarang, Breakout, Kimchi, Program Director

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Radio merupakan salah satu media yang efektif bagi masyarakat karena jangkauannya yang luas dan dapat menembus berbagai lapisan masyarakat. Radio juga disebut sebagai "sahabat" yang dapat menemani kegiatan sehari-hari para pendengarnya, karena berfungsi sebagai alat penghibur, penyampai informasi, dan melaksanakan fungsi pendidikan bagi masyarakat. Di era multimedia saat ini, eksistensi radio seolah terpinggirkan. Media yang punya rekam jejak menakjubkan pada masa awal kemerdekaan, era demokrasi terpimpin, hingga orde baru, mulai tahun 1990-an perannya seolah mati suri oleh kehadiran media televisi, internet, hingga telepon selular (mobile media).

Dari data MARS Indonesia dalam artikelnya "pendengar setia radio capai 37%", pada awal 1990-an ketika stasiun televisi swasta bermunculan menyajikan alternatif tayangan yang lebih menarik, maka siaran radio tidak terdengar dan mulai ditinggalkan. Ini merupakan dampak kekuatan visual televisi yang berhasil memberikan sesuatu yang tidak dipunyai oleh radio.

Perkembangan teknologi ini bukanlah hal yang bisa kita bendung. Karena suka atau tidak, kita memang membutuhkan perkembangan teknologi untuk membantu memudahkan urusan kita baik itu dalam kehidupan sehari-hari ataupun dalam dunia kerja sebagian besar orang. Melihat kebutuhan ini, para pekerja di dunia penyiaran bukan berdiam diri. Seiring dengan perkembangan teknologi, radio pun mengalami sejumlah perubahan (Astuti, 2008:11).

BAB II

PEMBAHASAN PERSIAPAN DAN PELAKSANAAN PROGRAM "BREAKOUT" DAN "KIMCHI"

Pada bab II ini akan dibahas setiap persiapan dan kegiatan pada saat pelaksanaan 4 episode program acara *talk show* "Breakout" dan 4 episode program acara *talk show* "Kimchi" di

PRO 2 RRI Semarang selama empat minggu. Acara *talk show* “*Breakout*” merupakan program yang membahas segala sesuatu yang berkaitan tentang isu-isu terkini di kalangan anak muda. Sedangkan untuk program *talk show* “*Kimchi*” membahas tentang budaya dan isu-isu terkini dari negeri Gingseng, Korea Selatan. Peran pengarah kreatif dalam pelaksanaan program tersebut sangat dibutuhkan, khususnya untuk program acara *talk show* “*Breakout*” dan “*Kimchi*”.

2.1 Pelaksanaan Kegiatan

2.1.1. Breakout dan Kimchi

a. Pra Produksi

Kegiatan yang kami lakukan yaitu menyiapkan segala kebutuhan yang diperlukan dalam proses produksi. Baru setelah itu dilakukan penyesuaian-penyesuaian agar didapatkan sebuah program yang terstruktur dan rapi. Berikut ini adalah kegiatan pra produksi yang kami lakukan:

- Menentukan tema bersama tim karya bidang
Mencari tahu hal-hal atau informasi terkini di kalangan anak muda, yang nantinya akan dirumuskan menjadi tema program.

b. Produksi

Kegiatan selanjutnya yang dilakukan adalah mengeksekusi materi acara yang sudah dipersiapkan pada proses sebelumnya. Berikut ini adalah kegiatan produksi yang kami lakukan:

- Memastikan narasumber untuk hadir tepat waktu
Menginfokan kepada semua narasumber untuk hadir maksimal 30 menit sebelum siaran dimulai.

c. Pasca Produksi

Kegiatan akhir yang dilakukan adalah mengevaluasi jalannya acara. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat kekurangan pada proses produksi, agar menjadi pembelajaran bagi proses produksi selanjutnya. Hal yang dievaluasi adalah keaktifan narasumber dalam proses wawancara dengan penyiar, kesesuaian narasumber dengan tema yang dibahas, dan kesesuaian penyiar dengan *rundown* yang dibuat.

BAB III
HASIL DAN EVALUASI PROGRAM “BREAKOUT” DAN “KIMCHI”
DI PRO 2 RRI SEMARANG

Pada bab ini, penulis akan membahas mengenai hasil dari olah data kuesioner pendengar PRO 2 RRI Semarang. Olah data ini dilakukan untuk melihat jumlah pendengar PRO 2 RRI Semarang secara umum dan program “Breakout” dan “Kimchi” secara khusus. Dari hasil data tersebut dapat dilihat berapa banyak persentase kenaikan jumlah pendengar, selain itu juga dapat dilihat apakah program “Breakout” dan “Kimchi” telah mencapai target dan tujuan yang telah dirancang sebelumnya.

3.1 Data Hasil Survei Paska Produksi

Berikut ini adalah data jumlah pendengar yang aktif berpartisipasi berupa menjawab pertanyaan kuis di *social media* milik PRO 2 RRI Semarang.

Perbandingan Jumlah Pendengar Aktif Program *Talk Show* “Breakout”

Tabel 3.5.3.1

Data Pendengar Aktif 16 Mei – 6 Juni 2016

| No | Tanggal Siaran | Jumlah Pendengar Aktif |
|----|----------------|------------------------|
| 1 | 16 Mei 2016 | 9 |
| 2 | 23 Mei 2016 | 6 |
| 3 | 30 Mei 2016 | 9 |
| 4 | 6 Juni 2016 | 4 |

Tabel 3.5.3.2

Data Pendengar Aktif 13 Juni 2016 – 4 Juli 2016

| No | Tanggal Siaran | Tema | Jumlah Pendengar Aktif |
|----|----------------|---------------------------------------|------------------------|
| 1 | 13 Juni 2016 | Olahraga Saat Bulan Ramadhan | 12 |
| 2 | 20 Juni 2016 | <i>Takjil</i> Ramadhan | 23 |
| 3 | 27 Juni 2016 | Narkoba Musuh Bersama, Ayo Kita Lawan | 12 |
| 4 | 4 Juli 2016 | Yuk Mudik | 18 |

Tabel diatas menunjukkan perbandingan jumlah pendengar aktif pada program “Breakout”. Tabel 3.5.3.1 merupakan data pendengar aktif sebelum tim kami bergabung dan bekerja sama dengan pihak PRO 2 RRI Semarang. Sedangkan pada tabel 3.5.3.2 merupakan data pendengar aktif setelah kami bergabung dan bekerja sama dengan pihak PRO 2 RRI Semarang. Dari tabel ini menunjukkan bahwa terdapat kenaikan jumlah pendengar aktif program “Breakout” selama kami bergabung dalam program “Breakout”.

Perbandingan Jumlah Pendengar Aktif Program *Talk Show* “Kimchi”

Tabel 3.5.3.3

Data Pendengar Aktif 6 Mei – 17 Juni 2016

| No | Tanggal Siaran | Jumlah Pendengar Aktif |
|-----------|-----------------------|-------------------------------|
| 1 | 6 Mei 2016 | 2 |
| 2 | 13 Mei 2016 | 3 |
| 3 | 20 Mei 2016 | 3 |
| 4 | 27 Mei 2016 | 0 |
| 5 | 3 Juni 2016 | 0 |
| 6 | 10 Juni 2016 | 0 |
| 7 | 17 Juni 2016 | 0 |

Tabel 3.5.3.4

Data Pendengar Aktif 24 Juni 2016 – 15 Juli 2016

| No | Tanggal Siaran | Tema | Jumlah Pendengar Aktif |
|-----------|-----------------------|----------------------|-------------------------------|
| 1 | 24 Juni 2016 | Comeback EXO | 16 |
| 2 | 1 Juli 2016 | Kuliner Korea | 14 |
| 3 | 8 Juli 2016 | Drama Korea | 9 |
| 4 | 15 Juli 2016 | Harmony in Diversity | 28 |

Tabel diatas menunjukkan perbandingan jumlah pendengar aktif pada program “Kimchi”. Tabel 3.5.3.3 merupakan data pendengar aktif sebelum tim produksi bergabung dan bekerja sama dengan pihak PRO 2 RRI Semarang. Sedangkan pada tabel 3.5.3.4 merupakan data pendengar aktif setelah tim produksi bergabung dan bekerja sama dengan pihak PRO 2 RRI Semarang. Dari tabel ini menunjukkan bahwa terdapat kenaikan jumlah pendengar aktif program “Kimchi” selama tim produksi bergabung dalam program “Kimchi”.

3.2 Evaluasi Jobdesc Pengarah Acara

Penulis bertugas sebagai Pengarah Acara yang bertanggung jawab pada saat Produksi Program. Pengarah Acara bertugas untuk mengintegrasikan unsur-unsur pendukung produksi dalam sebuah produksi program radio dan bertanggung jawab terhadap aspek teknis maupun estetis serta mampu menterjemahkan sebuah naskah atau *rundown* acara kedalam pelaksanaan produksi program siaran. Pengarah acara juga diharuskan memahami tipe dari program acara yang akan atau sedang diproduksi dan menguasai manajemen produksi.

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan

“Breakout” dan “Kimchi” adalah dua program *talk show* di radio PRO 2 RRI Semarang, keduanya bersegmentasi anak muda dan dinilai potensial namun sampai awal 2016 jumlah pendengarnya tergolong rendah. Hal ini terlihat dari minimnya respon pendengar di *social media* milik PRO 2 RRI. Oleh karena itu, pada pertengahan bulan Juni, penulis beserta tim produksi mengisi dan mengkonsep ulang acara tersebut. Tujuannya adalah untuk meningkatkan jumlah pendengar PRO 2 RRI Semarang khususnya pada program “Breakout” dan “Kimchi” pun meningkat.

Dengan melihat hasil dari evaluasi program dan hasil kuesioner paska produksi maka kesimpulan ini dibuat. Target utama kami yaitu menaikkan jumlah pendengar PRO 2 RRI Semarang melalui program *talk show* “Breakout” dan “Kimchi” berhasil dilakukan. Peningkatan target kedua program sangat signifikan. Masing-masing program berhasil meningkatkan jumlah pendengarnya lebih dari 100%.

Program “Kimchi” mengalami peningkatan jumlah pendengar yang terlibat aktif lebih tinggi dibandingkan dengan program “Breakout”. Semula program “Kimchi” hanya sebesar 8% pendengar dan meningkat menjadi 67%. Sedangkan program “Breakout” yang semula 28% menjadi 65%.

4.2 Saran

Beberapa saran yang bisa disampaikan berkaitan dengan tugas penulis sebagai pengarah acara dalam pembuatan program ini diantaranya:

1. Persiapan pra produksi seperti menghubungi narasumber beberapa hari sebelum acara perlu dilakukan untuk memastikan jadwal agar dapat menggali informasi lebih banyak terkait narasumber yang dihadirkan.
2. Pemilihan tema harus didasarkan dengan situasi dan informasi terkini yang menyangkut anak muda, agar pendengar merasa tertarik untuk mendengarkan dan juga berpartisipasi.
3. Untuk narasumber, perlu disiapkan beberapa nama sebagai narasumber cadangan karena menurut pengalaman yang ada, beberapa narasumber utama tidak dapat hadir di studio. Hal ini dilakukan agar kualitas dari program tidak menurun dan tetap menghadirkan narasumber yang berkompeten.
4. Penyiar merupakan salah satu ujung tombak suatu radio. Oleh karena itu penyiar diharapkan memiliki kemampuan komunikasi yang baik sehingga program acara dapat berjalan dengan lancar dan tidak monoton.
5. RRI diharapkan memiliki alat ukur pendengar tidak hanya yang aktif namun juga yang pasif, sehingga dalam proses *share* program, akan lebih memudahkan RRI untuk melihat sebesar apa potensi suatu programnya untuk menjadi unggulan dan menaikkan kembali pamor RRI untuk bersaing dengan radio publik maupun swasta lainnya.

Daftar Pustaka

Buku:

Astuti, Santi Indra.(2008). *Jurnalisme Radio Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Masduki. (2001). *Jurnalistik Radio*. Yogyakarta: LKiS.

Morrissan, M.A (2008). *Manajemen Media Penyiaran:Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Ningrum, Fatmasari (2007). *Sukses Menjadi Penyiar, Scriptwriter, & Reporter Radio*. Jakarta: Penebar Swadaya

Oramahi, HasanAsy'ari. (2012). *Jurnalistik Radio, Kiat Menulis Berita Radio*. Jakarta: PenerbitErlangga.

Reynolds, Imelda. (2000). *Pedoman Jurnalistik Radio*. Jakarta: Internews Indonesia.

Sugiyono.(2007). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CVAlfabeta.

Wibowo, Fred. (2012). *Teknik Produksi Program Radio Siaran*. Yogyakarta: Grasio Book Publisher.

Website:

Romel Tea. *Jumlah Pendengar Radio Menurun Drastis*.
<http://www.romelteamedia.com/2014/04/jumlah-pendengar-radio-menurun-drastis.html> (Diakses 10 Mei 2016)

Nielsen: *Konsumsi Media Lebih Tinggi di Luar Jawa*.
<http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa.html> (Diakses 10 Mei 2016)