

**ANALISIS PRODUKSI PROGRAM
“BOGOR IN THE MORNING”
DI RADIO KISI 93.4 FM BOGOR.**

**SKRIPSI
ACHMAD JUNAEDI
044120486**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
JUNI 2025**

**ANALISIS PRODUKSI PROGRAM
“BOGOR IN THE MORNING”
DI RADIO KISI 93.4 FM BOGOR.**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menempuh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan

**ACHMAD JUNAEDI
044120486**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
JUNI 2025**

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul **ANALISIS PRODUKSI PROGRAM “BOGOR IN THE MORNING” DI RADIO KISI 93.4 FM BOGOR.** adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di akhir skripsi ini.

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui dan memberikan kepada Universitas Pakuan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) karya ilmiah ini. Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Pakuan berhak menyimpan, mengalihmediakan atau mengalih formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak. Dengan ini melimpahkan hak cipta karya tulis saya ini kepada Universitas Pakuan

Bogor, 5 Juni 2025

Achmad Junaedi
044120486

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi berjudul ANALISIS PRODUKSI PROGRAM “BOGOR IN THE MORNING” DI RADIO KISI 93.4 FM BOGOR ini adalah hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiarisme. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Bila terbukti bahwa sebagian atau seluruh isi skripsi ini merupakan hasil plagiarisme, maka Universitas Pakuan berhak membatalkan isi skripsi yang telah saya tulis dan saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Pakuan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sehat dan sadar tanpa tekanan atau paksaan dari pihak manapun.

Bogor, 5 Juni 2025
Yang menyatakan

Achmad Junaedi
044120486

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Achmad Junaedi

NPM : 044120486

Judul : ANALISIS PRODUKSI PROGRAM “BOGOR IN THE MORNING” DI RADIO KISI 93.4 FM BOGOR.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan.

Ditetapkan di : Bogor

Tanggal : 19 Juni 2025

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang	Dr. Feri Ferdinan Alamsyah, M.I.Kom. NIK: 1.0614 025 629	
Pembimbing 1/Penguji 1	Annory Langga'o, M.I.Kom. NIK: 1.1404 21 917	
Pembimbing 2/Penguji 2	Valianty Sariswara, M.I.Kom. NIK: 1.1404 21 922	
Penguji Utama	Dr. Dwi Rini S Firdaus, M.Comn. NIK: 1.0113001607	

Dekan Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Budaya



Prof. Dr. Henny Suharti, M.Si.
NIP: 196006071990092001

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Dr. Dwi Rini S Firdaus, M.Comn.
NIK: 1.0113001607

PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan.

Penelitian ini membahas tentang proses produksi program siaran di lembaga penyiaran radio, dengan fokus pada program “*Bogor In The Morning*” yang disiarkan oleh KISI 93,4 FM Bogor. Program ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah pendengar melalui inovasi konten yang relevan dengan audiens muda hingga dewasa. Sebagai radio yang awalnya berfokus pada kesehatan, KISI 93,4 FM Bogor kini bertransformasi menjadi radio yang lebih dekat dengan gaya hidup generasi muda, sembari tetap menjaga nilai-nilai informatif dan edukatif.

Dalam proses penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan teori produksi program siaran yang dikemukakan oleh Armawati Arbi, yang menekankan pada tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dalam produksi program sebagai landasan dalam menganalisis proses produksi siaran.

Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan. Penyusunan skripsi ini telah memulai berbagai hambatan dan kesulitan, namun berkat bimbingan dan dukungan baik dari segi moral maupun material dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Peneliti menyadari skripsi ini jauh dari kata sempurna, untuk itu kritik dan saran akan sangat membantu untuk menyempurnakan skripsi ini. Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi siapapun yang membacanya.

Bogor, 5 Juni 2025

Achmad Junaedi

UCAPAN TERIMAKASIH

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan pertolongan-Nya yang diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Perjalanan dalam menyusun skripsi ini bukanlah hal yang mudah. Di dalamnya terdapat proses panjang yang penuh dengan pembelajaran, tantangan, dan refleksi diri. Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa pencapaian ini tidak mungkin diraih tanpa dukungan, bimbingan, serta doa dari banyak pihak yang telah tulus membantu dan kebersamaian penulis dalam setiap langkah perjalanan akademik ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Henny Suharyati, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan.
2. Dr. Dwi Rini Sovia, Firdaus, M. Comn selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan.
3. Saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak dosen Annory Langga'o, M.I.Kom dan Ibu Valianty Sariswara, M.I.Kom, M.Si atas bimbingan dan dukungan yang telah diberikan selama proses penulisan skripsi ini. Tanpa arahan dan nasihat Bapak dan Ibu, saya tidak akan dapat menyelesaikannya dengan baik
4. Kepada Penguji Utama, Terima kasih atas waktu, perhatian, serta masukan yang sangat berharga dalam proses ujian skripsi ini. Saran dan koreksi yang diberikan menjadi bekal penting bagi penyempurnaan karya ini.
5. PT. radio KISI 93,4 FM Bogor yang banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan.
6. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Rohadi dan Ibunda Mohyati, yang telah menjadi pilar utama dalam hidup penulis. Terima kasih atas cinta yang tidak pernah putus, doa yang tiada henti, serta dukungan yang selalu menguatkan di setiap langkah. Segala pencapaian ini adalah berkat pengorbanan, ketulusan, dan kasih sayang Ayah dan Ibu yang tak terbalaskan.
7. Kepada dear, syahrul, vito, aldi, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang kalian berikan selama perjalanan ini. Kalian bukan hanya teman, tapi sudah seperti saudara yang selalu ada dalam suka dan duka. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, tawa, dan motivasi yang tak tergantikan.

Akhir kata, peneliti berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

BIODATA

Nama : Achmad Junaedi
NPM : 044120486
Tempat dan tanggal lahir : Bogor, 16 Juni 2001
Nomor telepon : 089692129656
Surel : achmad.junaedi160601@gmail.com
Alamat : Jl. Raya Citaya, Gg. Mangga Rt 02/01
No 87, Desa Rawa Pangjang, Kecamatan
Bojonggede, Kabupaten Bogor.
Riwayat Pendidikan Formal : SDN PABUARAN 01 (2008-2014)
: SMP AL-BASYARIAH (2014-2017)
: SMK 1 ALBASYARIAH (2017-2020)
: Universitas Pakuan Kota Bogor (2020-**)
Riwayat Pendidikan Nonformal : -
Prestasi : -
Pengalaman Organisasi : Pramuka Al-Basyariah (2014-2020)

ABSTRAK

ACHMAD JUNAEDI. 044120486. 2025. ANALISIS PRODUKSI PROGRAM “BOGOR IN THE MORNING” DI RADIO KISI 93.4 FM BOGOR). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan **Annory Langga’O** dan **Valianty Sariswara**.

Perkembangan teknologi digital dan perubahan pola konsumsi media membuat industri radio dituntut untuk beradaptasi secara kreatif. Salah satu bentuk adaptasi tersebut tercermin dalam program “*Bogor In The Morning*” di Radio KISI 93.4 FM Bogor. Program ini menjadi ujung tombak siaran yang menysasar pendengar usia 18-40 tahun dengan gaya penyampaian yang santai, informatif, dan relevan dengan dinamika sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses produksi program tersebut serta mengidentifikasi hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaannya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Untuk menguatkan validitas data, digunakan triangulasi sumber dengan membandingkan praktik di Radio ELPAS FM 94.1 Bogor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produksi dilakukan melalui tiga tahap utama: pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, yang dijalankan oleh tim kecil namun adaptif. Hambatan yang dihadapi mencakup peran ganda penyiar-produser, keterbatasan teknis, minimnya kerja sama eksternal, serta evaluasi dan pemetaan audiens yang belum berbasis data. Triangulasi mengonfirmasi bahwa dibandingkan dengan ELPAS FM yang lebih terstruktur dan berbasis data, KISI FM masih perlu memperkuat sistem manajerial dan evaluatif. Kesimpulannya, meskipun memiliki keunggulan dalam kreativitas dan kedekatan dengan audiens, program ini membutuhkan penguatan di sisi struktur produksi agar tetap relevan dan kompetitif di era digital.

Kata Kunci: *Bogor In The Morning, KISI FM, Produksi, Program, Radio*

ABSTRACT

ACHMAD JUNAEDI. 044120486. 2025. ANALYSIS OF PROGRAM PRODUCTION “BOGOR IN THE MORNING” ON RADIO KISI 93.4 FM BOGOR). Faculty of Social and Cultural Sciences, Communication Science Study Program, Pakuan University Bogor. Under the guidance of *Annory Langga’O* and *Valianty Sariswara*.

The rise of digital technology and shifting media consumption patterns have challenged the radio industry to adapt creatively. This adaptation is evident in “Bogor In The Morning,” a flagship program of KISI 93.4 FM Bogor, targeting listeners aged 18-40 with a casual, informative, and socially relevant presentation style. This study aims to analyze the production process of the program and identify the challenges encountered during its implementation. A descriptive qualitative method was used, with data collected through in-depth interviews, observations, and documentation. To enhance data validity, source triangulation was conducted by comparing with practices at ELPAS FM 94.1 Bogor. The results show that the program is produced through three main stages: pre-production, production, and post-production, handled by a small yet adaptive team. Key challenges include dual roles of announcer-producers, technical limitations, lack of external collaboration, and non-data-based audience evaluation. Triangulation confirmed that compared to the more structured and data-driven system at ELPAS FM, KISI FM needs improvement in managerial and evaluative aspects. In conclusion, while the program excels in creativity and audience engagement, it requires structural reinforcement to remain relevant and competitive in the digital era.

Keywords: *Bogor In The Morning, KISI FM, Production, Program, Radio*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PRAKATA.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
BIODATA.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.3.1 Tujuan Penelitian	6
1.3.2 Manfaat Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Komunikasi	8
2.2 Komunikasi Massa	8
2.3 Media Massa.....	9
2.4 Media Konvensional.....	10
2.5 Radio	10
2.5.1 Ciri Khas Radio	11
2.6 Program Radio.....	11
2.7 Produksi Program Radio	13
2.8 Penyiaran	14
2.9 Penelitian Terdahulu.....	15
2.10 Kontruksi Sosial Media Massa.....	17

2.11 Alur Berpikir	19
BAB 3 METODE PENELITIAN	20
3.1 Desain Penelitian.....	20
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	20
3.3 Subjek dan objek penelitian	20
3.4 Teknik Pengumpulan Data	21
3.6 Teknik Analisis Data	22
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	23
3.7 Triangulasi.....	23
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	25
4.1 Profil Radio KISI 93.4 FM BOGOR.....	25
4.1.1 Visi dan Misi.....	27
4.1.2 Program Acara KISI 93.4 FM.....	27
4.1.3 Target Audience KISI FM	28
4.1.5 Format Siaran.....	29
4.1.6 Struktur Organisasi	30
4.1.7 Profil Program Bogor In The Morning	32
4.2 Hasil Dan Pembahasan	32
4.2.1 ANALISIS PRODUKSI PROGRAM “BOGOR IN THE MORNING” DI RADIO KISI 93.4 FM BOGOR	33
4.2.2 FAKTOR PENGHAMBAT DALAM PROSES PRODUKSI PROGRAM “ <i>BOGOR IN THE MORNING</i> ” DI RADIO KISI 93.4 FM BOGOR.....	62
4.3 Triangulasi.....	65
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	100

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3. 1 Key Informan & Informan	21
Tabel 3. 2 Key Informan & Informan Triangulasi	24
Tabel 4. 1 Program Acara Radio KISI 93.4 FM	27
Tabel 4. 2 Kelompok Usia Radio KISI 93.4 FM	28
Tabel 4. 3 Jenis Kelamin Radio KISI 93.4 FM.....	28
Tabel 4. 4 Status Ekonomi Sosial Radio KISI 93.4 FM	28
Tabel 4. 5 Status Pendidikan Terakhir Radio KISI 93.4 FM	28
Tabel 4. 6 Status Pekerjaan Radio KISI 93.4 FM	29
Tabel 4. 7 Format Lagu Radio KISI 93.4 FM.....	29
Tabel 4. 8 Format Acara Siaran Radio KISI 93.4 FM	29

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data tentang penggunaan media-media berdasarkan hasil riset dari wearesocial.com	2
Gambar 1. 2 Data pendengar radio AC Nielsen 2022.....	5
Gambar 2. 1 Alur Berpikir	19
Gambar 4. 1 Logo KISI FM Bogor	25
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Perusahaan	30
Gambar 4. 3 Flyer Bogor In The Morning	32
Gambar 4. 4 Tahap pencarian ide/tema.....	34
Gambar 4. 5 question box di Instagram	39
Gambar 4. 6 Naskah Harian	41
Gambar 4. 7 Penyampaian Informasi.....	43
Gambar 4. 8 Brainstorming Informasi	48
Gambar 4. 9 Format Lagu	55
Gambar 4. 10 Tahap Evaluasi	56
Gambar 4. 11 Logger Siaran	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Panduan wawancara Key Informan	101
Lampiran 2 Panduan wawancara Informan 1.....	111
Lampiran 3 Panduan wawancara Informan 2.....	121
Lampiran 4 Panduan wawancara Informan 3.....	131
Lampiran 5 Panduan wawancara Informan Triangulasi	141
Lampiran 6 Panduan wawancara Informan Triangulasi	152
Lampiran 7 Dokumentasi Bersama Key Informan	165
Lampiran 8 Dokumentasi Bersama Informan 1	166
Lampiran 9 Dokumentasi Bersama Informan 2	167
Lampiran 10 Dokumentasi Bersama Informan 3	168
Lampiran 11 Dokumentasi Bersama Key Informan Triangulasi	169
Lampiran 12 Dokumentasi Bersama Key Informan Triangulasi	170

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia senantiasa terlibat dalam komunikasi, tak ada cara untuk menghindarinya. Sebagai makhluk sosial, kita tidak bisa lepas dari interaksi dengan orang lain. Jika seseorang enggan berkomunikasi, kemungkinan besar dia akan menghadapi kesulitan dalam kehidupan sosialnya. Komunikasi itu sendiri merupakan suatu aktivitas yang esensial, berfungsi untuk membangun dan memelihara hubungan antara pengirim dan penerima pesan, melampaui batas ruang dan waktu (Dyatmika, 2021).

Media komunikasi telah berkembang pesat, terutama dengan hadirnya media baru yang mempengaruhi pola, model, dan ruang lingkup komunikasi. Komunikasi tidak hanya sekadar proses menyampaikan pesan; ia juga memiliki beragam fungsi, baik dari sisi sosial maupun ekspresif (Yusuf, 2021).

Media massa telah menjadi sumber informasi yang tak terpisahkan dari kehidupan sosial masyarakat, memainkan peran krusial dalam perkembangan cara berpikir dan pandangan hidup. Denis McQuail mengemukakan bahwa media massa berfungsi sebagai alat pengendalian, manajemen, dan inovasi, memungkinkan masyarakat untuk memanfaatkan informasi sebagai pengganti kekuatan lainnya. Tak dapat disangkal, media massa memiliki peranan yang sangat penting dalam konteks sosial, terutama terkait dengan penyebaran informasi. Namun, di sisi lain, masih ada segelintir kalangan masyarakat yang bersikap skeptis terhadap kehadiran media massa dalam keseharian mereka. Sikap ini muncul akibat adanya ketidakseimbangan dalam penyajian informasi dan perspektif yang diberikan oleh media kepada kelompok tertentu (Hendra, 2019).

Media massa berfungsi sebagai saluran komunikasi yang efektif dalam menjangkau masyarakat secara luas. Melalui media massa, informasi dapat disampaikan dengan cepat dan mencakup audiens yang lebih besar. Para pakar komunikasi menyatakan bahwa komunikasi massa tidak dapat dipisahkan dari media massa, karena keduanya saling berkaitan. Media massa sendiri mencakup berbagai bentuk komunikasi, seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film (Putri & Setiawati, 2021).

Salah satu bentuk media massa elektronik yang terkenal adalah radio, yang menyajikan informasi dalam bentuk suara. Sejak kemunculannya, radio dengan cepat menjadi media masa elektronik yang sangat populer. Namun, seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan informasi, radio mulai tergantikan oleh bentuk-bentuk media massa elektronik lainnya. Meskipun begitu, radio terus bertahan dan tetap eksis di era digital ini. Hingga kini, radio masih menjadi salah satu media massa yang digemari Masyarakat (Kustiawan, Agustias, Sapriadi, Sabilla, et al., 2023).

Menurut (Purwadi et al., 2023) Radio merupakan media elektronik yang tidak hanya ekonomis tetapi juga dapat diakses oleh semua lapisan masyarakat. Jangkauan siaran radio bahkan dapat menjangkau daerah-daerah terpencil meskipun dengan fasilitas yang terbatas. Komunikasi radio memanfaatkan gelombang udara dan menggunakan gelombang radio sebagai pembawa sinyal. Keunikan radio terletak pada kemampuannya untuk berfungsi

hanya dengan menggunakan baterai, baik pada Frekuensi AM (*Amplitude Modulation*), SW (*Short Wave*), maupun FM (*Frequency Modulation*).

Internet dan televisi tidak serta merta membuat pendengar radio kehilangan minat atau menurun. Nyatanya, radio tetap menjadi salah satu pilihan favorit yang memiliki tempat istimewa di hati masyarakat Indonesia. Menurut (Kustiawan, Nasution, et al., 2022) Radio telah melalui perjalanan panjang dalam proses perkembangannya sebelum akhirnya menjadi salah satu media komunikasi massa yang kita kenal saat ini. Salah satu kunci penting dalam perjalanan ini adalah usaha tiga cendekiawan, termasuk seorang ahli teori ilmu alam bernama James Maxwell. Ia berhasil menemukan rumus yang diyakini mampu merealisasikan gelombang elektromagnetis, gelombang yang digunakan dalam penyiaran radio dan televisi. Perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak yang mendalam terhadap industri radio di Indonesia. Dengan hadirnya radio online dan layanan streaming, teknologi ini membuka peluang baru bagi radio untuk terus berkembang dan menjangkau audiens yang lebih luas. Namun, di sisi lain, kemajuan teknologi dan populernya media sosial telah memberikan masyarakat berbagai alternatif dalam mengakses informasi dan hiburan. Kini, mereka dapat dengan mudah mendapatkan berita dan musik melalui internet, televisi, dan platform media sosial lainnya. Akibatnya, minat masyarakat terhadap radio cenderung menurun. (Kustiawan, Nurlita, et al., 2023).



Gambar 1. 1 Data tentang penggunaan media-media berdasarkan hasil riset dari wearesocial.com

Sumber: *wearesocial.com*

Dalam dekade terakhir, radio tampaknya mulai kehilangan posisi sebagai media favorit banyak orang. Meskipun konten radio telah beradaptasi dengan kemajuan teknologi informasi, popularitasnya belum kembali seperti masa kejayaannya. Hal ini tercermin dari data yang dirilis oleh *wearesocial.com*, sebuah situs global yang meneliti perilaku pengguna internet di seluruh dunia. Berdasarkan laporan terbaru pada Januari 2024, dari total populasi Indonesia sebanyak 278,7 juta orang, ada 185,3 juta di antaranya yang menggunakan internet, dan 139 juta adalah pengguna media sosial aktif.

Data ini menunjukkan bahwa 66,48% dari total penduduk Indonesia terhubung ke internet, dan hampir setengahnya aktif di media sosial. Menariknya, penggunaan ponsel untuk mengakses internet di Indonesia mencapai 126,76% dari total populasi, yang menunjukkan tingginya ketergantungan masyarakat terhadap

perangkat ini. Laporan tersebut juga menyajikan statistik tentang kebiasaan media, waktu yang dihabiskan, dan jenis konten yang paling sering dikonsumsi.

Selama periode Januari hingga Desember 2023, untuk kelompok usia 16-64 tahun, ditemukan bahwa 97,8% orang Indonesia aktif di media sosial dan 96,2% menggunakan ponsel untuk mengakses internet. Data berikutnya menunjukkan, 84,6% masih menonton televisi, dan 84,1% menggunakan perangkat seperti laptop, PC, atau tablet untuk berselancar di internet. Sebanyak 71,0% mendengarkan layanan musik streaming, 70,7% membaca konten online, dan 65,8% tetap menonton TV. Selanjutnya, 65,9% mendengarkan podcast, sementara 54,7% masih membaca surat kabar cetak. Di peringkat terakhir, hanya 51,1% yang masih setia mendengarkan radio.

Pertumbuhan pesat internet telah menjadi tantangan yang signifikan bagi pemilik dan pengelola stasiun radio. Dalam menghadapi persaingan yang ketat ini, pengelola stasiun radio dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menarik perhatian pendengar. Jika tidak bisa bersaing, eksistensi radio berisiko terpinggirkan oleh populernya media internet. Oleh karena itu, radio harus mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi, terutama yang berkaitan dengan internet. Tanpa upaya ini, stasiun radio akan mengalami penurunan dan bisa terancam punah secara perlahan. Manajemen radio perlu terus diperbaiki untuk memastikan kelangsungan hidup siaran radio serta menyusun strategi yang efektif dalam menghadapi tantangan dari media sosial lainnya (Pratiwi, 2023).

Menurut Morissan Program memiliki peranan yang sangat krusial dalam dunia penyiaran, karena ia berfungsi sebagai acuan dalam pelaksanaan siaran. Acara yang disajikan oleh radio menjadi daya tarik utama bagi pendengar untuk tetap mengikuti siaran yang ditawarkan. Dalam praktiknya, terdapat sebuah prinsip dasar dalam industri penyiaran: program yang berkualitas akan menarik perhatian banyak pendengar, sementara program yang kurang baik cenderung kehilangan pemirsa, dan program radio secara umum terbagi menjadi beberapa jenis utama, yaitu berita radio yang disajikan berdasarkan prinsip jurnalisme baik secara langsung dari lokasi kejadian maupun laporan tunda yang diproses di studio; talk show yang merupakan perbincangan interaktif dengan narasumber dalam bentuk *one-on-one show*, *panel discussion*, atau *call in show* yang melibatkan partisipasi pendengar; infotainment radio yang menggabungkan unsur hiburan dan informasi seperti musik, berita, iklan, dan drama dalam sajian ringan; program musik yang menjadi unsur utama radio, berisi lagu-lagu populer maupun nostalgia yang disajikan secara variatif; drama radio yang menyampaikan cerita melalui percakapan dan efek suara dengan nuansa yang beragam; serta variety show yang merupakan gabungan berbagai segmen menarik dan populer terutama untuk siaran pagi (*prime time*) (Nabila, 2023).

Menurut Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin dalam (Nandansari, 2023) *Broadcasting programming* adalah pengorganisasian program radio atau televisi dalam periode harian, mingguan atau dalam periode satu bulan. Programming dalam bahasa Indonesia adalah penjadwalan program yang akan diudarakan (*to be aired*). Jadi, sinonim programming adalah *scheduling*. Lembaga penyiaran umumnya menggunakan strategi, yaitu secara rutin mengganti ulang penjadwalan ini untuk tetap merebut perhatian pendengar dan pemirsa (*audience*) dengan hadirnya program-program yang terbaru.

Dalam membahas proses produksi program siaran radio, penting untuk mengkaji dan membandingkan hasil penelitian sebelumnya yang relevan guna memperkuat landasan teoritis dan menemukan posisi penelitian ini secara akademik. Penelitian ini sendiri berfokus pada analisis proses produksi program siaran radio di KISI 93.4 FM Bogor, sebuah stasiun radio lokal yang memiliki karakteristik tersendiri baik dari segi struktur organisasi, manajemen produksi, maupun bentuk program siaran yang disajikan.

Adapun penelitian pertama, yaitu jurnal berjudul “*Analisis Produksi Program Kabar Misteri Jakarta Televisi (JAKTV)*” oleh Fadhil Muhammad Tanjung dan Mulkan Habibi, menggunakan teori Produksi Program Televisi menurut Fred Wibowo yang membagi produksi menjadi tiga tahap: pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produksi program *Kabar Misteri* dilakukan secara terstruktur, dimulai dari penemuan ide oleh produser, perencanaan matang, pengambilan gambar sesuai rundown, hingga proses pasca-produksi yang melibatkan offline dan online editing serta mixing, yang biasanya memakan waktu tiga hari untuk satu episode. Perbedaan mencolok dari penelitian ini dibanding yang lain terletak pada genre program yang diangkat, yaitu horor reality show dengan sentuhan dokumenter yang cukup jarang diteliti, serta produksi dilakukan oleh stasiun televisi lokal dengan jangkauan luas seperti JAKTV.

Adapun penelitian kedua, jurnal “*Manajemen Produksi Program Siaran Ikom Radio 107.7 FM selama Pandemi Covid-19*” oleh Rizqi Aulia Sakina dkk., mengkaji manajemen produksi program siaran di radio komunitas mahasiswa selama masa pandemi menggunakan studi kasus. Penelitian ini menekankan pada kemampuan adaptasi Ikom Radio dalam mempertahankan keberlangsungan siaran meski terbatas oleh kondisi fisik dan sosial akibat pandemi. Teori yang digunakan lebih mengarah pada manajemen media massa serta adaptasi digital dalam penyiaran. Hasilnya menunjukkan bahwa Ikom Radio berinovasi dengan memindahkan siaran ke sistem streaming online serta merevisi SOP penyiaran untuk tetap aktif dan relevan. Perbedaannya dengan jurnal lain terletak pada fokus konteks krisis (pandemi) dan media komunitas yang memiliki keterbatasan sumber daya namun mampu bertransformasi digital.

Adapun penelitian ketiga, yaitu jurnal “*Analisa Proses Produksi Program Siaran Berita di LPP RRI Medan dalam Meningkatkan Daya Tarik Pendengar*” oleh Nurhawati Simamora dan Florencia Vera J. Saragih, menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan acuan teori proses produksi media menurut Wahyudi dan Peraturan KPI. Hasilnya menunjukkan bahwa produksi program berita di RRI Medan melewati tahapan yang sesuai dengan SOP penyiaran, dimulai dari penentuan tema yang relevan, pelaksanaan siaran oleh tim redaksi, hingga evaluasi konten di tahap pasca-produksi untuk menjaga kualitas informasi. Perbedaan yang menonjol dari jurnal ini adalah objeknya yang merupakan lembaga penyiaran publik milik negara, dengan segmentasi program berita yang bersifat edukatif dan informatif, serta bertujuan memperkuat daya tarik pendengar di tengah dominasi media swasta dan digitalisasi.

KISI 93.4 FM Bogor merupakan Radio Kesehatan Keluarga dengan dukungan sepenuhnya dari Sentra Medika Hospitalis Group. Dengan jam siaran 24 jam setiap hari melalui radio dan streaming. KISI adalah singkatan dari Kancah Irama Suara Indonesia. Ini adalah stasiun radio musik yang mengudara dari Bogor.

agar tetap relevan dan kompetitif. Bahwa radio yang mengintegrasikan siaran terestrial, visual, dan online melalui strategi konvergensi terbukti mampu memperluas jangkauan audiens serta meningkatkan keterikatan dengan pendengar di era digital (Harliantara et al., 2025).

Selain itu, kualitas siaran dan citra program memiliki hubungan erat dengan tingkat kepuasan serta loyalitas audiens. Siaran yang diproduksi dengan standar kualitas tinggi dan dikelola dengan citra program yang kuat secara signifikan berpengaruh terhadap kesetiaan pendengar, khususnya dalam konteks radio lokal yang bersaing dengan media digital (Juhari et al., 2025)

Pada saat ini, kemajuan teknologi komunikasi turut memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk menurunnya intensitas mendengarkan radio akibat modernisasi. Oleh karena itu, keberadaan Radio KISI FM diharapkan dapat menarik kembali minat pendengar melalui penyajian program-program yang relevan dan menarik. Melalui tahapan produksi yang mencakup pra produksi, produksi sampai pasca produksi yang dirancang dengan baik, diharapkan tercipta pola penyampaian informasi yang efektif serta dapat menjadi sarana transfer pengetahuan kepada publik. Dengan latar belakang masalah diatas, maka penulis mengambil judul **“Analisis Poduksi Program “Bogor In The Morning” Di Radio KISI 93.4 FM Bogor”**.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan suatu proses untuk mengetahui asumsi-asumsi berdasarkan studi pendahuluan pada fokus penelitian berdasarkan latar belakang. Dengan demikian dapat dikemukakan beberapa rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana proses produksi program *“Bogor In The Morning”* di Radio KISI 93.4 FM BOGOR?
2. Apa faktor penghambat dalam proses produksi program *“Bogor In The Morning”* di Radio KISI 93.4 FM BOGOR?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana proses produksi program *“Bogor In The Morning”* di Radio KISI FM BOGOR?
2. Untuk mengetahui apa saja yang menjadi faktor penghambat dalam proses produksi program *“Bogor In The Morning”* di Radio KISI FM BOGOR?

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi refrensi yang sudah ada, sehingga dapat memberikan wacana baru bagi semua pihak utamanya di Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor. Khususnya, mahasiswa Ilmu Komunikasi dan mahasiswa Televisi Radio Media Baru. Selain itu hasil penelitian ini juga diharapkan dapat berguna bagi pengembangan teori mengenai analisis program di Radio, serta agar program Radio dapat terus berkembang.

2. Manfaat praktis

Manfaat praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi praktisi radio, terutama manajer program dan tim produksi di Radio KISI 93.4 FM, yang dapat menggunakan penelitian ini sebagai bahan evaluasi dan penguatan struktur produksi program agar pelaksanaan ke depan dapat lebih terarah,

efisien, dan relevan dengan kebutuhan audiens. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan menjadi masukan dalam menerapkan saran-saran perbaikan, seperti pembagian peran yang jelas, peningkatan kerja sama eksternal, dan evaluasi berbasis data audiens. Selanjutnya, penelitian ini juga dapat bermanfaat bagi peneliti lain, khususnya yang melakukan kajian terhadap produksi program radio, sebagai referensi awal dalam memahami tantangan, strategi, dan proses produksi siaran di era media digital.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Manusia senantiasa terlibat dalam komunikasi, yang merupakan bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Sebagai makhluk sosial, kita tidak dapat menghindari interaksi dengan orang lain. Tanpa komunikasi, akan sulit bagi individu untuk dapat berfungsi dengan baik dalam masyarakat. Esensi dari komunikasi terletak pada interaksi antara pengirim dan penerima pesan, yang menjalin hubungan melampaui batas ruang dan waktu (Dyamtka, 2021).

Menurut Stephen W. Littlejohn dalam (Fahrudin, 2021) Komunikasi biasanya dimulai dengan proses penafsiran, penyampaian, pemaknaan, dan penerimaan simbol-simbol. Proses ini dapat dianggap sebagai aktivitas komunikasi. Terdapat beragam pandangan mengenai peristiwa komunikasi.

Beberapa ahli berpendapat bahwa komunikasi seharusnya terbatas pada pesan-pesan yang secara sengaja diarahkan kepada orang lain dan diterima oleh mereka. Di sisi lain, ada yang berargumen bahwa komunikasi seharusnya mencakup semua perilaku yang memiliki makna bagi penerima, baik yang disengaja maupun tidak. Sementara itu, beberapa pakar lainnya menyatakan bahwa komunikasi harus melibatkan pesan-pesan yang disengaja, meskipun penentuan unsur "sengaja" ini dapat menjadi hal yang rumit.

2.2 Komunikasi Massa

(Syafrina, 2022) menyatakan bahwa John R Bittner mendefinisikan komunikasi massa sebagai pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Sementara itu, Gerbner mendefinisikan komunikasi massa sebagai produksi & distribusi yang berlandaskan teknologi & lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. Masyarakat industri yang dimaksud adalah proses memproduksi dalam komunikasi massa tidak dapat dilakukan secara individual melainkan harus dilakukan oleh lembaga yang memiliki teknologi tertentu. Hasil dari produksi dalam komunikasi massa adalah pesan-pesan komunikasi, yang disebar dan di distribusikan.

Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian informasi kepada publik yang luas secara terus-menerus, dengan frekuensi tertentu, seperti harian, mingguan, dua mingguan, atau bulanan. Di sisi lain, Meletzke menjelaskan komunikasi massa sebagai setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis yang bersifat tidak langsung dan berlangsung satu arah, menjangkau audiens yang tersebar di berbagai lokasi.

Menurut (Kustiawan, Siregar, et al., 2022) Pengertian komunikasi massa dapat dibedakan menjadi dua kategori: secara luas dan sempit. Komunikasi massa dalam pengertian luas merujuk pada kegiatan yang dilakukan oleh satu orang atau lebih untuk menyampaikan pesan melalui media massa, baik itu media cetak, elektronik, maupun digital, dengan harapan adanya timbal balik. Sementara itu, komunikasi massa dalam arti sempit lebih mengarah pada komunikasi yang ditujukan kepada masyarakat banyak. Salah satu ciri utama yang membedakan komunikasi massa dari jenis komunikasi lainnya adalah media massa itu sendiri. Dalam komunikasi massa, penerima pesan tidak perlu berada di posisi atau lokasi yang sama. Pesan-pesan ini disampaikan dengan cara yang terbuka kepada masyarakat umum, dan

melalui media massa, informasi dapat tersebar dengan cepat dan merata, sehingga dapat diakses secara serentak oleh khalayak luas.

2.3 Media Massa

Menurut Leksikon Komunikasi, media massa adalah sarana untuk menyampaikan pesan yang terhubung langsung dengan masyarakat luas, seperti radio, televisi, dan surat kabar. Cagara menjelaskan bahwa media berfungsi sebagai alat atau sarana yang digunakan untuk mentransmisikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Secara umum, media massa merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan informasi dari sumber kepada publik dengan berbagai perangkat komunikasi, seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.

Kata "media" merupakan bentuk jamak dari "medium," yang berarti perantara, sedangkan "massa" berasal dari bahasa Inggris, yaitu "mass," yang berarti kelompok atau kumpulan. Dengan demikian, media massa dapat diartikan sebagai perantara atau alat yang digunakan oleh kelompok masyarakat dalam berkomunikasi satu sama lain. Media massa berfungsi sebagai sarana komunikasi yang memungkinkan penyampaian pesan, gagasan, atau informasi kepada publik secara bersamaan. Sebuah media dapat dikategorikan sebagai media massa jika memenuhi karakteristik tertentu (Surentu et al., 2020).

Media massa merupakan alat yang sangat berguna dan efektif untuk menyebarkan informasi. Di awal, media massa dibagi menjadi dua jenis utama: media tulisan dan media elektronik. Media tulisan mencakup surat kabar, majalah, buku, pamflet, dan sejenisnya, sedangkan media elektronik meliputi televisi, radio, dan layanan serupa. Namun, seiring waktu, muncullah jenis media baru yang dikenal dengan media online. Pertumbuhan cepat media online ini terjadi bersamaan dengan kemajuan internet di Indonesia. Contoh dari media baru ini termasuk TV online, layanan video streaming, dan radio streaming. Dengan semakin banyaknya akses internet, media digital akan terus berkembang sebagai sarana penyebaran informasi. Dalam membuat media, sangat penting untuk menjaga keseimbangan antara isi dan cara penyampaian berita dengan pendekatan yang modern, agar sesuai dengan perkembangan zaman. Upaya ini diperlukan agar media tetap relevan dan tidak dianggap kuno oleh masyarakat. (Reynata, 2022).

Biagi dalam (Jailani et al., 2020) menyatakan seiring dengan kemajuan zaman, alat komunikasi massa saat ini tidak lagi terbatas pada koran, televisi, atau radio. Salah satu perkembangan terbaru adalah media daring yang memanfaatkan internet untuk menyebarkan informasi. Media ini mencakup semua aspek dari radio dan televisi, sekaligus menawarkan keunggulan lebih dibandingkan media cetak dan elektronik. Kelebihan utama media daring terletak pada proses komunikasinya yang lebih lincah dan cepat, membuat audiens dapat berperan aktif baik sebagai pengirim maupun penerima pesan. Dengan menggunakan internet, orang yang menerima informasi dapat langsung memberikan umpan balik satu sama lain. Ada tiga konsep penting tentang media massa, yaitu:

- a) Media massa adalah suatu bentuk usaha yang berpusat pada keuntungan.
- b) Perkembangan dan perubahan dalam pengiriman dan pengonsumsi media massa, dipengaruhi oleh perkembangan teknologi.
- c) Media massa senantiasa mencerminkan sekaligus mempengaruhi kehidupan masyarakat, dunia politik, dan budaya.

2.4 Media Konvensional

Media konvensional merujuk pada tipe media massa yang ada sebelum munculnya teknologi internet, yang sering disebut sebagai media modern. Media tradisional berfungsi sebagai alat komunikasi massa yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada publik dalam waktu yang singkat dan mencakup wilayah yang luas. Tipe-tipe media tradisional dibagi menjadi dua kategori utama, media penyiaran seperti radio dan televisi, serta media cetak seperti surat kabar, majalah, dan tabloid. Di zaman sekarang, saat teknologi komunikasi dan informasi berkembang sangat cepat, masyarakat semakin meninggalkan media tradisional, lebih memilih mencari informasi melalui media modern. Perubahan ini menggambarkan pengaruh besar yang ditimbulkan oleh internet sebagai bentuk media baru. Tentu saja, pergeseran ini menimbulkan banyak diskusi, baik yang mendukung maupun yang menolak, tentang keberadaan kedua jenis media komunikasi ini (Zulkarnain dalam Hasan et al., 2023).

2.5 Radio

Menurut Kustiawan et al, (2022) Radio merupakan salah satu bentuk media yang bersifat satu arah, yang berfungsi untuk menyampaikan informasi, baik itu berita, pengetahuan, atau hiburan, kepada khalayak dengan jangkauan yang luas. Kemajuan radio sebagai alat komunikasi massa telah melewati proses yang panjang untuk mencapai bentuk seperti yang kita kenal sekarang.

Di balik kemajuan ini, terdapat usaha keras dari tiga ilmuwan, salah satunya adalah James Maxwell, seorang ahli dalam teori ilmu alam, yang menemukan rumus-rumus yang membuat terciptanya gelombang elektromagnetis, gelombang yang digunakan dalam siaran radio dan televisi. Menurut Suemarjan, radio memiliki peran yang sangat penting sebagai media untuk menyampaikan informasi yang mencakup berbagai bidang, seperti ideologi, norma sosial, seni, ilmu, dan agama. (Dhamayanti, 2019).

Kelebihan dari media radio adalah bisa mendorong imajinasi audiens dan memiliki kenyamanan dalam menyampaikan informasi dengan berbagai cara, seperti teater, perdebatan, dan ceramah atau percakapan. Dasar dari penyiaran radio adalah visualisasi, yaitu berpikir, berimajinasi, dan membayangkan “berbicara dengan seorang pendengar yang ada di depan kita.” (Romli dalam (Putri & Setiawati, 2021).

Efendi, Batubara, & Hamzah (2023) menyatakan bahwa Kelebihan yang ada pada radio juga disertai beberapa kekurangan jika dibandingkan dengan media lain. Berikut adalah beberapa kelemahannya:

- a) Pemancarnya. Siaran yang ada hanya bisa didengar satu kali (tidak bisa diulang) dan berasal dari sumber yang sama.
- b) Pemancarnya. Siaran yang ada hanya bisa didengar satu kali (tidak bisa diulang) dan berasal dari sumber yang sama.
- c) Terlalu rentan terhadap gangguan dari lingkungan, baik yang disebabkan oleh alam maupun masalah teknis.

Terlalu sensitif terhadap gangguan di sekeliling, baik yang bersifat alami atau tidak, dengan memperhatikan kelemahan yang telah disebutkan, masih terdapat kelemahan lain. Salah satunya adalah bahwa radio hanya menyampaikan suara. Karena isinya hanya berupa suara, maka reporter harus benar-benar menguasai teknik pengumuman atau teknik penyiaran. Radio tidak bisa memperagakan sesuatu, karena yang ada hanya ada dalam imajinasi pendengar.

2.5.1 Ciri Khas Radio

Menurut (Setiawan & Darmastuti, 2021), radio memiliki tiga kekuatan utama yang tidak dimiliki oleh media lain, yaitu mobilitas tinggi, realitas langsung, dan kesegaran isi siaran. Mobilitas tinggi berarti radio dapat diakses kapan saja dan di mana saja, bahkan saat pendengar melakukan aktivitas lain seperti mengemudi atau bekerja. Realitas langsung merujuk pada kemampuan radio untuk menyiarkan kejadian secara cepat dan aktual. Sementara itu, kesegaran isi siaran menekankan pada keberagaman dan spontanitas program yang ditayangkan.

Radio memiliki keunikan sebagai media massa yang bersifat audial murni. Tanpa unsur visual, radio mengandalkan kekuatan suara, musik, efek audio, dan intonasi penyiar dalam menyampaikan pesan serta membangun imajinasi pendengar. Hal ini menjadikan teknik produksi suara termasuk scripting, pemilihan musik, hingga tata suara sebagai unsur penting yang menentukan kualitas penyiaran. Radio memiliki daya tarik tersendiri karena mampu menciptakan suasana imajinatif melalui gaya tutur penyiar yang khas. Lebih dari itu, elemen surprise dalam pemilihan lagu serta gaya bicara penyiar yang bersahabat turut membentuk kedekatan emosional dengan pendengar. Pendengar merasa seolah-olah memiliki teman yang menemani aktivitas mereka, khususnya saat berada di perjalanan atau melakukan kegiatan lain (Miranda & Yuliati, 2020).

Menurut (Kustiawan et al., 2024) interaksi digital antara radio dan pendengar berperan penting dalam membangun loyalitas audiens. Dalam temuannya, pendengar yang merasa dihargai dan dilibatkan secara aktif melalui konten interaktif di media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram cenderung memiliki ikatan emosional yang kuat terhadap stasiun radio. Hal ini menunjukkan bahwa karakter personal dan akrab dari radio kini diperkuat melalui jembatan digital, bukan hanya melalui suara penyiar tetapi juga melalui respons langsung terhadap partisipasi pendengar di platform daring.

2.6 Program Radio

Istilah program berasal dari kata Inggris *programme* yang berarti suatu acara atau rencana. Dalam undang-undang penyiaran di Indonesia, kata program tidak digunakan untuk menyebut acara, melainkan istilah “siaran” yang diartikan sebagai pesan atau kumpulan pesan yang disampaikan dalam berbagai cara. Jadi, menurut Morissan, program adalah segala sesuatu yang ditampilkan oleh stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiensnya. Namun, dalam praktiknya, istilah program lebih sering dipakai di industri penyiaran Indonesia. Program adalah semua yang ditayangkan di stasiun penyiaran untuk memenuhi keinginan pemirsa. Acara yang ditampilkan oleh televisi memiliki peran yang sangat penting karena menarik pemirsa untuk menonton siaran yang disediakan, baik di radio maupun televisi ada sebuah prinsip dalam dunia penyiaran yaitu acara yang baik akan menarik lebih banyak pendengar atau pemirsa, sementara acara yang kurang baik tidak akan menarik perhatian audiens. Dengan kata lain, program yang dianggap baik adalah program yang bisa meningkatkan kualitas siaran yang baik (Aristi & Mulyadi, 2024).

Menurut Kustiawan dalam (Masawoy et al., 2024) ada beberapa stasiun, pembagian jadwal program telah disusun untuk satu bulan atau enam bulan karena persaingan yang tinggi supaya bisa memperoleh posisi iklan saat mempromosikan produk program itu. Programming, atau yang lebih lengkap disebut siaran programming, adalah pengaturan program radio atau televisi selama satu hari, satu

minggu, atau satu bulan. Dalam bahasa Indonesia, programming berarti penjadwalan program yang akan ditayangkan. (*to be aired*).

Jadi, sinonim *programming* adalah *scheduling*. Lembaga penyiaran umumnya menggunakan strategi, yaitu secara rutin mengganti ulang penjadwalan ini untuk tetap merebut perhatian pendengar dan pemirsa (audience) dengan hadirnya program-program yang terbaru. Langkah ini dilakukan agar dapat tetap bersaing dengan lembaga penyiaran yang lain dalam satu kawasan. Program siaran dapat didefinisikan sebagai satu bagian atau segmen dari isi siaran radio ataupun televisi secara keseluruhan. Sehingga memberikan pengertian bahwa dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang diudarkan. Dapat dikatakan bahwa siaran keseluruhan satu stasiun penyiaran tersusun dari beberapa program siaran, masing-masing program siaran ini menempati waktu tertentu dengan durasi tertentu yang biasanya tergantung dari jenis programnya, apakah jenis hiburan, informasi iptek, dan berita.

Pembagian waktu masing-masing program siaran ini dirancang sesuai dengan tema program itu (*programming*), sehingga menjadi satu jadwal siaran tiap harinya. Pada stasiun tertentu, program ini telah dirancang dalam satu bulan bahkan enam bulan ke depan. Biasanya program disiarkan secara seminggu pada hari yang sama yang telah ditentukan sebelumnya, contohnya saja pada Minggu ini program disiarkan pada hari Sabtu maka pada minggu-minggu berikutnya program akan disiarkan pada hari Sabtu juga dengan slot waktu yang sama juga. Tujuan dari sistem proses penyiaran program tersebut ialah agar pendengar dan khalayak ramai memahami jadwal yang sudah ditentukan dari program tersebut Kustiawan et al. (2023)

Lus Y. Triartanto (dalam Nabilla, 2023) menyatakan pada hakikatnya program radio tidak banyak jenisnya, berikut beberapa turunan dari jenis program radio yang berupa musik dan informasi:

a). Berita Radio

Siaran informasi di radio disajikan dalam bentuk peristiwa yang menarik dengan fakta-fakta yang disampaikan oleh penyiar atau reporter sesuai dengan prinsip-prinsip jurnanisme. Berita radio memberikan informasi untuk memenuhi keinginan pendengar. Terdapat dua jenis penyajian berita di radio, yaitu:

1. Laporan langsung adalah informasi yang diberikan secara real-time oleh jurnalis dari tempat peristiwa berlangsung.
2. Laporan tunda yaitu saat jurnalis mengumpulkan informasi dari lapangan lalu kembali ke studio untuk memprosesnya sebelum disiarkan..

Berita dapat disajikan dalam bentuk narasi yang kemudian disampaikan oleh penyiar dari studio, bisa juga berupa rekaman wawancara dengan narasumber terkait.

b). Talk Show

Gabungan antara kemampuan berbicara dan keterampilan mewawancarai. Umumnya, acara ini mengundang tamu, lalu penyiar dan tamu tersebut akan mendiskusikan tema yang sudah ditentukan, yang biasanya merupakan isu yang sedang hangat dibicarakan di kalangan masyarakat. Terdapat tiga jenis acara bincang-bincang yang sering dipakai, yaitu:

1. *One-on-one-show*, yaitu bentuk percakapan antara penyiar dan narasumber yang seperti sedang berbicara dengan mikrofon yang berbeda tetapi berada di studio yang serupa.

2. *Panel discussion*, yaitu penyiar hadir sebagai moderator di tengah narasumber yang berdiskusi.
3. *Call in show*, yaitu program *talk show* yang melibatkan telepon dari pendengar disebut dengan *talk show call in*. Tentunya, tema telah ditetapkan sebelumnya dan pendengar diundang untuk memberikan pendapat melalui telepon.

c). Infotainment Radio

Infotainment radio adalah kombinasi antara berita dan hiburan. Di radio, infotainment sering disebut majalah udara, yang berarti menggabungkan musik, berita, informasi, iklan, dan juga drama. Jenis program ini memiliki variasi audiens yang berbeda-beda dan umumnya disajikan dengan cara yang santai dan mudah didengar.

d). Musik

Musik adalah unsur utama dalam siaran radio. Selain berfungsi sebagai hiburan bagi para pendengar, musik sering kali dimanfaatkan untuk memperjelas siapa saja yang mendengarkan radio. Jenis musik yang diputarkan biasanya adalah lagu-lagu yang sedang populer. Seringkali, radio juga dengan sengaja menayangkan lagu-lagu lama agar para pendengar dapat mengingat kembali masa lalu. Musik yang dipilih untuk diputarkan juga kadang sulit diprediksi, ini yang membuat radio memiliki unsur kejutan.

e). Drama

Siaran drama adalah sebuah karya yang disajikan untuk menceritakan cerita melalui tindakan dan percakapan. Sebuah drama radio biasanya disusun menggunakan bahasa yang biasa dipakai di masyarakat. Siaran drama adalah narasi yang mengandung arti kehidupan atau sebuah kisah dengan percakapan lucu atau menakutkan, bergantung pada tujuan dari konten drama radio tersebut.

f). Variety

Ini adalah sebuah program yang terdiri dari berbagai kombinasi yang diatur dengan cara yang menarik. Sejak tahun 1990-an sampai sekarang, jenis format ini telah menjadi pilihan utama untuk siaran di pagi hari. (*prime time*).

2.7 Produksi Program Radio

Menurut Masduki Proses Produksi merupakan suatu cara, metode, atau teknik untuk menambah manfaat atau menciptakan faedah, bentuk, waktu, dan lokasi dari faktor-faktor produksi sehingga dapat membantu memenuhi kebutuhan konsumen. Program siaran di radio tersedia dalam jumlah yang banyak dan berbagai jenis kemasan, seperti produksi berita dan informasi, iklan, jingle, talkshow interaktif, dan informasi hiburan (Simamora & Saragih, 2021).

Adapun menurut Gerald Millerson dalam (Effendy et al. 2023) seorang profesor penyiaran dan seni berkomunikasi, menjelaskan secara umum urutan produksi susunannya sebagai berikut.

1. Tahap Pra Produksi

Pra produksi adalah langkah yang sangat krusial dalam membuat siaran radio dan televisi. Semakin baik perencanaan, semakin bagus hasil produksi. Millerson memulai langkah pra produksi dengan pertemuan perencanaan produksi, di mana membahas konsep program, tujuan, dan sasaran yang ingin dicapai. Pada fase pra produksi ini, pengaruh dari individu sangat berperan, seperti latar belakang yang mencakup jenis kelamin, usia, atau agama dari pengelola media yang dapat mempengaruhi berita yang akan disiarkan kepada penonton. Selain itu, latar

belakang pendidikan juga membawa pengaruh pada orientasi terhadap partai politik, yang sedikit banyak bisa mempengaruhi profesionalisme dalam berita yang disampaikan oleh media.

Perencanaan untuk produksi dalam radio acara siaran dilakukan melalui pertemuan kelompok, disiapkan oleh tim kreatif bersama dengan pelaksana siaran yang lain. Hasil dari proses ini adalah proposal yang berisi nama acara, siapa yang akan mendengarkan, tujuan dan sasaran, waktu siaran, sumber konten kata dan musik, waktu tayang, biaya untuk produksi dan promosi, serta anggota tim yang akan terlibat seperti produser, penyaji, operator, dan penulis skrip.

2. Tahap Produksi

Setelah melewati proses pra-produksi yang cukup lama dan sebelum memulai sebuah program, tahap rehearsal masih diperlukan. Di tahap kedua yang disebut produksi, sebelum masing-masing orang melakukan tugasnya, perlu diadakan persiapan produksi. Ini termasuk koordinasi antara reporter dan tim yang membahas isu yang akan dilaporkan, memeriksa peralatan liputan yang siap digunakan, dan akhirnya melaksanakan liputan di tempat kejadian. Selain itu, penting untuk dicatat bahwa ide dan rencana yang sudah dibahas biasanya tidak sama dengan apa yang terjadi di lapangan, sehingga reporter atau jurnalis perlu membuat rencana cadangan. Inilah gambaran mengenai rutinitas harian media, terutama ketika media melaporkan berita atau peristiwa yang terjadi di masyarakat. Untuk radio, proses produksinya terdiri dari perekaman suara presenter saat membaca naskah di studio. Kemudian, operator akan menggabungkan suara presenter dengan berbagai jenis musik dan lagu menggunakan teknologi analog atau digital, sehingga dapat menghasilkan program yang siap untuk disiarkan.

3. Tahap Pasca Produksi

Dalam industri radio, tahap setelah produksi adalah tahap akhir dalam proses yang membahas penilaian acara yang sudah ditayangkan. Agar dapat membuat siaran yang berkualitas, setiap langkah harus direncanakan dengan cermat, mulai dari mempersiapkan produksi acara (pra-produksi) hingga pelaksanaan dan penyelesaian acara (pasca-produksi).

Setelah siaran selesai, tim produksi melakukan evaluasi menyeluruh untuk pengembangan lebih lanjut. Evaluasi ini mencakup beberapa aspek, seperti:

- Kelemahan dalam materi siaran,
- Kendala teknis yang terjadi,
- Koordinasi antar anggota tim, dan aspek lainnya.

Proses ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap kelemahan yang ditemukan dapat diperbaiki demi meningkatkan kualitas siaran di masa mendatang.

2.8 Penyiaran

Penyiaran, yang dalam bahasa Inggris disebut *broadcasting*, adalah cara penyebaran acara secara keseluruhan dimulai dari persiapan materi produksi, pembuatan, penataan bahan untuk disiarkan, lalu penyiaran, hingga penerimaan program oleh pendengar atau penonton di lokasi tertentu. Penyiaran merupakan cara komunikasi dari satu pihak ke kelompok penonton, yang melibatkan pengiriman informasi atau pesan dari individu atau produser kepada masyarakat melalui transmisi gelombang elektromagnetik atau gelombang lain yang lebih besar. Proses ini bisa terjadi melalui radio atau televisi. Sementara itu, istilah siaran merujuk pada hasil dari kegiatan penyiaran, baik itu melalui radio maupun televisi.

Media penyiaran memiliki peranan yang serupa dengan media lain seperti surat kabar dan majalah, yaitu: memberikan pendidikan, menyampaikan informasi, menghibur, mempromosikan, bertindak sebagai penggerak perubahan sosial, melakukan pengawasan sosial, serta menyalurkan nilai-nilai budaya. Setiap program yang dirancang, dibuat, dan ditayangkan kepada masyarakat mengandung pesan yang mendidik, memberikan informasi, membujuk, dan bersifat komunikatif. (Kustiawan et al., 2023).

(Saragih et al., 2021)Mengatakan bahwa seorang *broadcaster* adalah bagian penting untuk radio siaran. Dengan kebebasan dalam dunia informasi saat ini, kedewasaan dalam menyampaikan pemikiran, ide, dan gagasan dari seorang penyiar sangat diperlukan untuk menjadi penyiar yang profesional.

2.9 Penelitian Terdahulu

Landasan teori atau acuan dari hasil-hasil tulisan dalam penelitian yang telah dilakukan sebelumnya memiliki peran yang sangat penting dalam memperkuat dasar pemikiran sebuah penelitian. Penelitian-penelitian terdahulu bukan hanya sekadar menjadi referensi, tetapi juga dapat dijadikan sebagai bukti pendukung yang menunjukkan bahwa topik yang dibahas memiliki relevansi akademik dan praktis. Dengan merujuk pada kajian-kajian sebelumnya, peneliti dapat memahami bagaimana suatu masalah telah diteliti, pendekatan apa yang digunakan, serta apa saja temuan yang telah dihasilkan oleh peneliti lain.

Keberadaan studi-studi sebelumnya ini juga menjadi alat refleksi yang berguna untuk melihat bagaimana dinamika dan perubahan dalam dunia produksi program radio telah berkembang dari waktu ke waktu. Dengan demikian, penelitian yang dilakukan tidak hanya berdiri sendiri, tetapi menjadi bagian dari rantai pengetahuan yang berkesinambungan dan terus berkembang seiring kemajuan zaman dan teknologi.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Keterangan	Isi
1.	Nama	Vita Setra Aji (2023).
	Judul	Analisis Proses Produksi Program Dakwah Islam Serba-Serbi Ramadhan Di Radio Manggala Station Kudus.
	pendekatan	Kualitatif.
	Teori	Penelitian menggunakan teori Asep M. Syamsul Romli tentang proses produksi yang mencakup tiga tahap utama: pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada judul, tempat pemilihan penelitian yang dilakukan, dan teori yang digunakan.
	Persamaan/ perbedaan	Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada judul, tempat pemilihan penelitian yang dilakukan, dan teori yang digunakan.
	Hasil	Program <i>Serba-Serbi Ramadhan</i> di Radio Manggala Station Kudus, dengan format ceramah satu arah oleh 16 narasumber dari Fatayat NU Kudus, membahas

		tema keagamaan dan isu sosial yang relevan. Disiarkan selama bulan Ramadhan pada pukul 18.00–18.30 WIB, materi program direncanakan, direkam, dan diedit oleh tim produksi. Keberhasilan program ini didukung oleh narasumber kompeten, perangkat teknis memadai, dan profesionalisme tim produksi. Kendala yang dihadapi meliputi gangguan komunikasi (<i>semantic noise</i>) dan teknis (<i>mechanic noise</i>). Meski demikian, program ini tetap menjadi sarana dakwah yang menarik dan bermanfaat
2.	Nama	Rifa Esti Maulani (2021).
	Judul	Analisis Produksi Program Kopi Betawi di Bens Radio 106,2 FM Kota Tangerang.
	Pendekatan	Kualitatif.
	Teori	Teori Konstruksi Sosial Media Massa
	Persamaan/ perbedaan	Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada judul dan tempat pemilihan penelitian yang dilakukan.
	Hasil	Keberhasilan program ini menunjukkan bahwa radio dapat menjadi media efektif untuk melestarikan budaya lokal. Dengan proses produksi yang profesional dan kreatif, program ini menjadi salah satu unggulan di Bens Radio, sekaligus mendorong stasiun radio lain untuk menyajikan program serupa yang menarik perhatian pendengar.
3.	Nama	Yurini Nabilla (2023).
	Judul	Analisis Produksi Program Dunia Anak di Radio Manajemen Qolbu 92,3 FM Yogyakarta
	Pendekatan	Kualitatif
	Teori	Teori Konstruksi Sosial Media Massa
	Persamaan/ perbedaan	Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada judul dan tempat pemilihan penelitian yang dilakukan.
	Hasil	Program <i>Dunia Anak</i> di Radio Manajemen Qolbu 92,3 FM Yogyakarta dirancang dengan riset minat pendengar dan kolaborasi bersama JSIT serta BADKO DIY untuk menarik perhatian anak-anak. Produksi melibatkan narasumber eksternal, seperti ustadz, dan program disiarkan melalui radio, web streaming, serta YouTube. Kontennya menggabungkan tahsin qiro'ah, tilawah Al-Qur'an, nasyid, dan hafalan anak-anak. Evaluasi dilakukan internal setelah siaran dan eksternal setiap enam

		bulan, memastikan program tetap relevan dan bermutu sebagai sarana edukasi Islami.
--	--	--

2.10 Kontruksi Sosial Media Massa

Teori konstruksi sosial realitas yang diusung oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann menjelaskan proses di mana realitas sosial terbentuk melalui interaksi dan hubungan antara individu-individu dalam masyarakat. Dalam kerangka teori ini, terdapat tiga komponen utama yaitu eksternalisasi, objektifikasi, dan internalisasi, yang saling terkait dan berperan penting dalam pengembangan pemahaman kita tentang dunia sosial. (Arfan & Arfan, 2021).

Berger dan Luckmann (1990) berpendapat bahwa realitas terbentuk secara sosial melalui interpretasi individu-individu dalam masyarakat yang telah terbangun. Dengan demikian, pengalaman manusia tidak dapat dipisahkan dari konteks sosial di mana mereka berada. Manusia berperan sebagai pencipta realitas sosial yang objektif melalui tiga momen dialektis yang berlangsung secara simultan (Bungin dalam Gogali et al., 2022) yaitu:

1. Eksternalisasi

Usaha untuk mengekspresikan diri dan mencurahkan pikiran seseorang ke dalam dunia, baik melalui aktivitas mental maupun fisik, merupakan suatu proses yang mencerminkan ekspresi diri. Proses ini berfungsi untuk memperkuat eksistensi individu dalam masyarakat. Dalam konteks ini, masyarakat dipandang sebagai hasil dari interaksi dan pengaruh dari individu-individu tersebut (*Society is a human product*).

2. Objektivasi

Hasil yang telah dicapai, baik dari segi mental maupun fisik melalui aktivitas eksternalisasi manusia, berbentuk kenyataan objektif. Kenyataan ini mungkin akan dialami oleh penciptanya sebagai suatu faktisitas yang berada di luar dirinya, dan berbeda dari manusia yang menghasilkannya, muncul dalam bentuk yang nyata. Dalam konteks ini, masyarakat dipandang sebagai kenyataan objektif, yaitu sebagai proses interaksi sosial yang berlangsung dalam dunia intersubjektif yang terinstitusionalisasi.

3. Internalisasi

Proses penyerapan kembali dunia objektif ke dalam pemahaman individu terjadi sedemikian rupa sehingga subjektivitas seseorang dipengaruhi oleh struktur dunia sosial di sekitarnya. Berbagai faktor dari dunia yang telah terobjektifikasi ditangkap sebagai indikasi kenyataan di luar kesadaran individu, sekaligus sebagai petunjuk internal untuk pemahaman. Melalui internalisasi ini, manusia menjadi produk dari masyarakat; mereka adalah hasil dari interaksi sosial yang kompleks (*Man is a social product*).

Hepridayanti & Agus Machfud Fauzi menyatakan dalam konteks konstruksi sosial media massa, konsep ini menjelaskan bahwa media massa memiliki peran penting dalam membentuk realitas sosial. Media massa berperan sebagai pembentuk dan pengendali informasi yang disebarkan kepada masyarakat luas (Hadiwijaya, 2023).

Armawati Arbi memperkaya proses konstruksi di atas bahwa konstruksi radio atas realitas berlangsung dalam tiga tahap proses dialektika: yang pertama, tahap eksternalisasi pendengar dan tim radio membentuk realitas subjektif. Kedua tahap

objektivasi tim produksi dan pendengar mengemas realitas simbolik. Ketiga, tahap internalisasi tim radio dan pendengar menetapkan realitas objektif.

Proses konstruksi sosial media massa atas realitas sosial dilakukan melalui enam tahap proses konstruksi, dan berikut pembahasannya mengenai enam tahap model Armawati Arbi:

1. Menerapkan kebijakan media atas SMCR.

SMCR merupakan sebuah formula komunikasi dari David K. Berlo. Model ini memiliki empat unsur utama komunikasi yaitu: *Source*, *Message*, *Channel*, *Receiver*. Setiap unsur tersebut saling bergantung satu sama lain dan memiliki peranan penting dalam membangun proses komunikasi.

2. Mencari ide, fakta, dan referensi.

Tim kreatif menentukan atau memilih ide/tema siaran, fakta dan menggunakan referensi yang jelas dan resmi. Dimana hasil dari tahap ini adalah ide yang akan digunakan dalam siaran, sejumlah fakta dan referensi yang akan berkaitan dengan kekuatan framing.

3. Membuat variasi skrip.

Setelah menentukan ide, maka tahap selanjutnya untuk memproduksi siaran program adalah membuat variasi skrip. Skrip ini adalah bahan yang akan disampaikan atau dibaca oleh penyiar untuk nantinya di dengar oleh para pendengar/receiver.

4. Membentuk realitas subjektif.

Pada tahap akan dilakukan proses penyeleksian atau pemilihan. Tim produksi melakukan sebuah penyeleksian, pendalaman, penonjolan, dan pembuangan realitas social menjadi *run-down* rencana.

5. Mengemas realitas simbolik.

Tahap ini adalah tahap pelaksanaan program siaran di mana untuk memberikan dan meningkatkan pengetahuan pendengar dan pemberdayaan pendengar. Tahap ini disebut juga sebagai konstruksi citra program siaran.

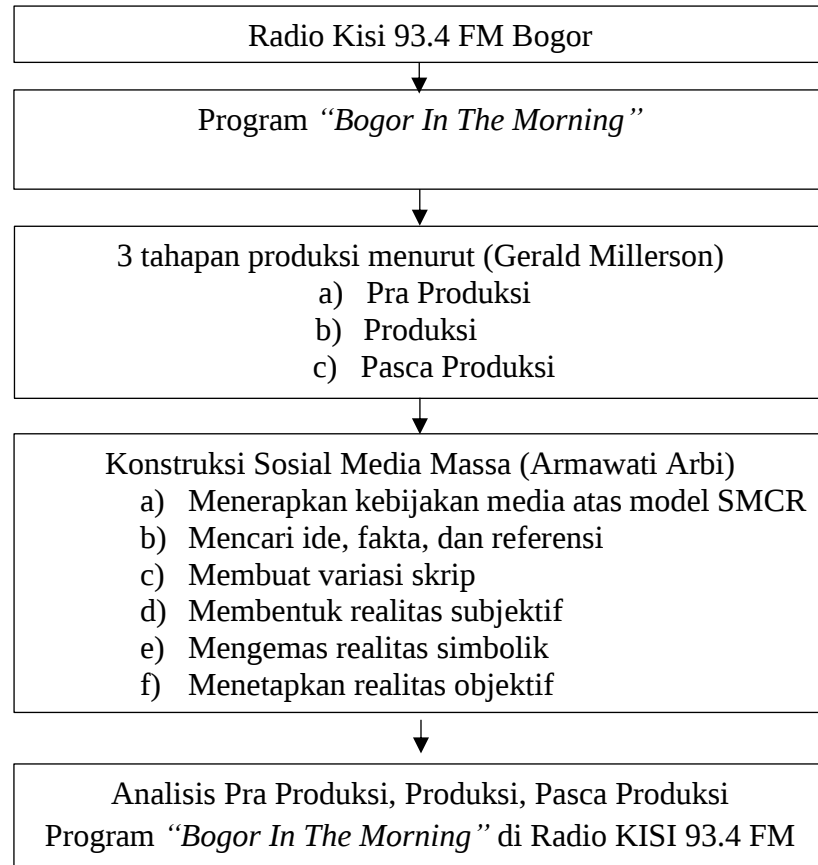
6. Menetapkan realitas objektif.

Tahap menetapkan realitas objektif ini adalah proses evaluasi program siaran. Tahap ini adalah proses pembenahan dan perbaikan apa saja yang harus dilakukan untuk meningkatkan dan mengembangkan program siaran (Permatasari, 2023).

Armawati Arbi memperdalam dan merevisi pandangan Burhan Bungin tentang proses konstruksi media massa atas realitas sosial secara simultan. Namun bedanya, Burhan Bungin fokus pada iklan televisi sebagai tapping (rekaman), bukan produksi siaran langsung (live). Sedangkan Armawati Arbi memproduksi program dakwah dan program live atau konsultasi keluarga siaran langsung (Sabilah & Arbi, 2020).

2.11 Alur Berpikir

Alur yang dimaksudkan untuk mengarahkan langkah-langkah penelitian dengan membuat suatu bagan atau diagram alur. Adapun bagan atau diagram alur yang dibuat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Alur Berpikir

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Yang dimana metode ini merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya, proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis (Nasution, 2023).

Metode deskriptif dalam (Rustamana et al., 2024) merupakan salah satu macam-macam metode penelitian kuantitatif dengan suatu rumusan masalah yang memandu penelitian untuk mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas, dan mendalam. Macam-macam metode penelitian kualitatif seperti Deskriptif ini bertujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu Atau bidang tertentu secara faktual dan cermat.

Menurut Moleong dengan menggunakan metode deskriptif berarti peneliti menganalisa data yang dikumpulkan dapat berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, video tape, dokumen pribadi, catatan atau memo dan dokumen resmi lainnya (Winata, 2021).

Desain penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan merangkum berbagai kondisi, situasi, serta fenomena yang berkembang dalam konteks sosial di lembaga yang menjadi objek penelitian, yaitu Radio KISI 93.4 FM Bogor. Penelitian ini tidak hanya menggambarkan secara deskriptif, tetapi juga berusaha menggali pemahaman yang lebih mendalam mengenai realitas sosial yang terjadi di dalam proses produksi program siaran, termasuk hubungan antar pelaku produksi, pola kerja yang terbentuk, hingga dinamika internal yang memengaruhi hasil siaran. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang utuh dan komprehensif terhadap fenomena yang diamati, serta memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi bidang komunikasi penyiaran.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 5 bulan, dimulai pada bulan Oktober 2024 sampai Februari 2025. Lokasi penelitian merupakan tempat untuk mengumpulkan data penelitian ini. Lokasi tersebut bertempat di kantor dan studio radio KISI FM 93.4 FM Bogor Jl. Mayor Oking Atmaja No. 9, Cirimekar, Cibinong Bogor, Jawa Barat, 16917.

3.3 Subjek dan objek penelitian

Subjek pada penelitian kualitatif menggunakan informan atau orang yang menguasai suatu permasalahan. Bersedia memberikan data serta informasi yang lengkap. Objek penelitian dalam konteks penelitian kualitatif merujuk pada apa yang menjadi fokus utama atau sasaran kajian penelitian. Objek ini bisa berupa fenomena, masalah, atau aspek tertentu yang ingin dipahami, dijelaskan, atau diinterpretasikan secara mendalam oleh peneliti. Dalam hal ini, objek tidak selalu

bersifat abstrak seperti persepsi, nilai, atau pengalaman, tetapi juga dapat berupa tempat atau lokasi tertentu yang memainkan peran penting dalam mendukung fenomena yang sedang diteliti. informan yang memiliki kompetensi untuk diwawacarai serta diminta untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Key Informan & Informan

No.	Nama	Jabatan	Kategori
1.	Dhani Ramdhani	Station Manager	Key Informan
2.	Rendi Almonrista	Program Director	Informan
3.	Noverina Dwi H	Music Director	Informan
4.	Deira Yunitika P	Penyiar	Informan

Sumber: Data Primer 2024

Dengan ini maka peneliti akan memilih *Station Manager*, *Program Director*, *Music Director* dan penyiar pada program *Bogor In The Morning* di radio KISI 93.4 FM BOGOR sebagai subjek penelitian. Karena Produser dan penyiar radio memiliki tanggung jawab bersama untuk memastikan program berjalan lancar dan mencapai tujuannya. Produser bertugas merancang konsep, tema, dan format program, mengatur jadwal serta sumber daya, dan memastikan kualitas konten sesuai dengan standar serta regulasi. Sementara itu, penyiar bertugas menyampaikan program secara menarik, membangun interaksi dengan audiens, serta menjaga kelancaran siaran dengan persiapan matang dan penanganan masalah teknis. Keduanya berkolaborasi untuk menciptakan program yang profesional, relevan, dan menarik bagi pendengar. Sementara untuk objek penelitian ini dilakukan pada radio KISI FM Bogor yang berlokasi di Komplek Rumah Sakit Sentra Medika Cibinong, Jl. Mayor Oking Djaya Atmadja No. 09, Cibinong, Bogor.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Wiyono dalam (Nasution, 2023) mengemukakan bahwa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif antara lain adalah: Wawancara mendalam (*indepth interview*), pengamatan partisipasi (*participatory observation*), dan analisis dokumen (*documentation*).

a). Metode Wawancara

Menurut Wiyono ada beberapa jenis wawancara yang dilakukan dalam penelitian kualitatif yaitu. Ditinjau dari taraf pertanyaannya, ada wawancara tak terstruktur dan wawancara terstruktur. Wawancara tak terstruktur adalah wawancara yang dilakukan secara umum dan mendalam tanpa mengarah pada sasaran tertentu yang dirancang oleh peneliti. Wawancara ini biasanya dilakukan saat tahap permulaan, di mana peneliti belum memiliki gambaran sasaran secara khusus. Sedangkan wawancara terstruktur adalah wawancara yang dilakukan berdasarkan arah tuntunannya yang dibuat berdasarkan sumber informasi yang diberikan oleh sasaran penelitian. Informasi emic yang disampaikan oleh responden dijadikan bahan untuk merumuskan sejumlah pertanyaan yang lebih jelas mendalam dan terstruktur.

b). Observasi

Ada beberapa tingkat observasi dalam penelitian kualitatif seperti yang dinyatakan Wiyono adalah sebagai berikut.

Observasi partisipasi nihil, observasi partisipasi sedang, observasi partisipasi aktif, observasi partisipasi penuh. Observasi partisipasi nihil adalah observasi penuh tanpa partisipasi. Peneliti bertindak sebagai penonton mengamati sasaran tanpa menimbulkan perhatian sasaran. Observasi partisipasi sedang adalah observasi yang dilakukan mengambil peran seimbang antara peneliti sebagai dan peneliti sebagai anggota kelompok sasaran penelitian, peran peneliti diketahui oleh sasaran penelitian, dan partisipasi merupakan aktifitas sampingan. Observasi partisipasi aktif terjadi bila peneliti turut serta dalam kegiatan kelompok sasaran penelitian secara aktif. Aktifitas-aktifitas peneliti tidak dirahasiakan tetapi merupakan bagian integral dari diri peneliti sebagai partisipan. Observasi partisipan penuh terjadi bila peneliti secara mendalam telah menjadi penuh bagian integral dari kelompok sasaran penelitian.

c). Analisis Dokumen

Wiyono dalam proses melakukan penelitian kualitatif, ada sumber data yang bersifat non manusia diantaranya adalah dokumen, foto atau bahan statistik lainnya. Dokumen pribadi berupa tulisan pribadi berupa surat-surat, biografi atau buku harian. Sedangkan dokumen resmi berupa notulen rapat, laporan, peraturan, anggaran dasar atau format-format isian.

3.6 Teknik Analisis Data

Pada penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus hingga datanya jenuh. Pengamatan yang dilakukan terus menerus tersebut mengakibatkan variasi data yang tinggi. Sehingga teknik analisis data yang digunakan belum ada pola yang jelas (Nasution, 2023).

Sugiyono dalam (Kase et al., 2023) menyebut Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis data model Miles dan Huberman, yang terdiri atas beberapa tahap yaitu:

1. Pengumpulan data
umumnya peneliti melakukan studi pustaka terlebih dahulu untuk memverifikasi dan melakukan pembuktian awal bahwa permasalahan yang akan diteliti benar-benar ada. Kemudian selanjutnya melakukan wawancara dan observasi untuk mengumpulkan data lapangan. Setiap proses seperti membangun raport, berinteraksi dengan subjek dan informan yang dilakukan diawal penelitian merupakan proses dari pengumpulan data.
2. Reduksi data
Yaitu proses merangkum, memilih dan memilah segala bentuk data yang diperoleh lapangan untuk dibentuk menjadi tulisan yang akan dianalisis. Hasil dari rekaman wawancara yang dilakukan pada subjek akan dibentuk menjadi verbatim dan hasil observasi akan dibentuk menjadi tabel observasi.
3. *Display* data (penyajian data)
Setelah semua data yang diperoleh disusun dalam bentuk naskah, selanjutnya adalah melakukan penyajian data untuk mengolah data setengah jadi tersebut dalam bentuk tulisan yang memiliki alur tema yang jelas, kemudian akan dikelompokkan serta dikategorikan kedalam bentuk yang lebih konkret dan diakhiri dengan memberikan kode. Proses pemberian kode ini berfungsi untuk memasukkan dan mencantumkan setiap pernyataan subjek dan informan sesuai dengan kategori tema dan subkategori serta memberikan kode-kode tertentu dari setiap pernyataan yang diberikan oleh subjek

4. Mengambil kesimpulan atau verifikasi

Merupakan tahap terakhir dalam menganalisis data model Miles dan Huberman. Kesimpulan mengarah pada pertanyaan yang penelitian yang telah diajukan sebelumnya. Pengambilan kesimpulan dalam penelitian kualitatif mencakup uraian dari seluruh subkategorisasi tema yang tercantum disertai dengan quote verbatim wawancara. Setelah diuraikan maka hasil penelitian perlu dijelaskan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang didasarkan pada aspek, komponen, faktor dan dimensi penelitian.

3.7 Teknik Keabsahan Data

Menurut Sugiyono teknik pemeriksaan keabsahan data adalah derajat kepercayaan atas data penelitian yang diperoleh dan bisa dipertanggung jawabkan kebenarannya. Pengujian keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji kredibilitas (*credibility*), uji transferabilitas (*transferability*), uji depandabilitas (*dependability*), dan uji obyektifitas (*confirmability*) (Mu'thi dkk., 2024).

Triangulasi metode dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda. Sebagaimana dikenal, dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan survei. Untuk memperoleh kebenaran informasi yang handal dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti bisa menggunakan metode wawancara bebas atau wawancara terstruktur. Atau, peneliti menggunakan wawancara dan observasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya.

Selain itu, peneliti juga bisa menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut. Melalui berbagai perspektif atau pandangan diharapkan diperoleh hasil yang mendekati kebenaran. Karena itu, triangulasi tahap ini dilakukan jika data atau informasi yang diperoleh dari subjek atau informan penelitian diragukan kebenarannya. Dengan demikian, jika data itu sudah jelas, misalnya berupa teks atau naskah/transkrip film, novel dan sejenisnya, triangulasi tidak perlu dilakukan (Susanto et al., 2023).

3.7 Triangulasi

Dalam penelitian ini menggunakan teknik Triangulasi, menurut Sugiyono triangulasi data yakni menggali kebenaran informasi dengan dan sumber yang telah ada. Triangulasi dalam perisetan dapat ditujukan untuk menguji daya dapat dipercaya yang berarti data diperiksa dan dicek dari berbagai sumber data dengan cara yang beragam, dan waktu yang berbeda (Aisya, 2023).

Teknik pengumpulan data yang sifatnya menggabungkan berbagai data Pada penelitian ini yang digunakan adalah Triangulasi Sumber. Triangulasi pertama yang dibahas adalah tentang triangulasi sumber. Sugiyono dalam (Vera Nurfajriani dkk., 2024) menyatakan Triangulasi sumber berarti menguji data dari berbagai sumber informan yang akan diambil datanya. Triangulasi sumber dapat mempertajam daya dapat dipercaya data jika dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh selama perisetan melalui beberapa sumber atau informan Sehingga, sebuah kesimpulan diperoleh dari data yang telah dianalisis dari berbagai sumber oleh periset. Melalui teknik triangulasi sumber, periset berusaha membandingkan data hasil dari wawancara yang diperoleh dari setiap sumber atau informan perisetan sebagai bentuk perbandingan untuk mencari dan menggali kebenaran informasi yang telah didapatkan. Dengan kata lain, triangulasi sumber adalah cross check data dengan membandingkan fakta dari satu sumber dengan sumber yang lain. Pemeriksaan dan pengecekan dilakukan peneliti pada penelitian ini adalah melalui

sumber lain yaitu dengan cara membandingkan data hasil pengamatan dan wawancara dengan key informan di Radio Elpas 94.1 FM Bogor, termasuk juga dokumen yang berkaitan dengan studi literatur melalui data sekunder yang diperoleh.

Tabel 3. 2 Key Informan & Informan Triangulasi

No.	Nama	Jabatan	Kategori
1.	Yayat Dyatna	Program Director	Key Informan
2.	Ida Rahmat	Penyiar	Informan

Sumber: Data Primer 2024

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Radio KISI 93.4 FM BOGOR

KISI 93.4 FM telah muncul sebagai trend-setter bagi anak muda bogor. stasiun yang pernah mengudara di 91,8 FM, sebelum perpindahan saluran FM sesuai dengan keputusan pemerintah dari tahun 2003 mengatur ulang pita frekuensi modulasi di seluruh Indonesia. di bogor, jawa barat, ada sebuah stasiun radio bernama Radio KISI FM. kancan irama suara indonesia disebut sebagai KISL. Dewasa muda dan remaja adalah target pemirsa radio ini. Stasiun radio KISI FM memutar musik dan berpusat di bogor. Pendengarnya adalah kaum muda kelas menengah yang berusia 15 sampai 60 tahun. KISI FM merupakan radio Sentra Medika Group yang dulunya merupakan radio kesehatan pertama di indonesia. Radio KISI FM sejak pertama kali siaran di gelombang AM pada awal tahun 1984 sudah memposisikan diri sebagai stasiun radio dengan target pendengar anak muda bogor.



Gambar 4. 1 Logo KISI FM Bogor
Sumber: KISI FM 2024

Nama Lembaga Penyiaran	: PT. Radio KISI
FM Bogor>Nama Radio	: KISI FM
Alamat	: Jl. Mayor Oking Jaya Atmaja No. 9,Cirimekar, Cibinong, Bogor
Telp	: (021)8752766
WhatsApp	: 0877-8000-0934
Email	: kotaksurat@kisifm.com
Frekuensi Siar	: 93,4 FM RSSNI
Member	: 044-1/1972
SES	: A, B, C
Target Usia Pendengar	: 15-60
Tahun Sebutan Untuk Pendengar	: Kerabat
SehatM/F	: 40%: 60%
Format Musik	: 90'an sampai sekarang
Karakteristik	: Mudah di Dengar
Coverage Area	: JABODETABEK
Alamat	: Komplek RS Sentra Medika Jl. MayorOking Djaya Atmaja no.09 Cibinong Bogor – Jawa

	Barat
Website	: www.kisifm.com
Facebook	: 93,4 KISI FM Radio Kesehatan Keluarga
Twitter	: @KisiFmBogor
Instagram	: kisifmbogor
Youtube	: KISI VIDIEO CHANN

Sebagai radio anak muda, KISI FM memiliki *Motto, free and single*. Moto tersebut dapat diartikan bahwa pendengar radio KISI FM sebagai generasi anak muda yang aktif, dinamis dan juga energik, berjiwa muda dan bebas.

Dimungkinkan untuk menyimpulkan dari lambing radio KISI FM yang gelap, besar dan memanjang bahwa stasiun tersebut memancarkan kekuatan dan kepercayaan diri. Frekuensi siaran putih ditempatkan di Tengah untuk kontras dengan teks KISI, dan tulisan KISI juga dapat diperkuat dengan berupa di kotak merah. Kata-kata “Bogor” dan moto Radio KISI FM ada dibawahnya. Kedua elemen ini menunjukkan kekuatan logo sekaligus memberikan Gambaran sekilas yang sangat tak terlupakan ke dalam pikiran dan hati penduduk Bogor.

Radio Kancan Irama Suara Indonesia yang lebih sering disebut dengan KISI FM didirikan dengan nama radio Arimbi pukul 13.14 AM pada tahun 1972. Radio arimbi berganti nama menjadi Raddui Victory 13.14 AM dengan format “All Around” (semua format program kecuali format dangdut) dalam waktu satu tahun, dari tahun 1973 hingga 1974. Dimulai pada tahun 1974 dan berlangsung hingga tahun 1988, Radui Victory mengubah namanya Kembali menjadi Gema Tembang Victory sesuai dengan format baru-format pemuda. Namun baru diubah Kembali menjadi PT. Radio Kancan Irama Suara Indonesia pada tanggal 25 Februari 1984.

Di antara pendiri KISI Radio 93.4 FM Bogor adalah Drs. Tony Marsyahrul, Atang Subijarto, Mawardi Nazier BE, Ny., dan Rd. Siti Haerany. Pada tanggal 29 September 1983, pencipta Radio KISI dikonfirmasi berdasarkan manajemen Sulismansyah, Ibu Tuti Endang Sulasti, Riki Noviansyah, Riko Noviansyah, dan Royke Krisdiansyah adalah anggota kelompok pendiri Radio KISI saat ini.

Pengesahan Radio KISI juga disertai dengan:

1. Akta notaris Sujud Ranusudirjo, Bogor No. Akta: 16.
2. Terdaftar di pengadilan negeri Bogor no. 128/1984/ANP.
3. Terdaftar kementerian kehakiman RI No. C2-1357 HT.OLOI Th. 1984.

Dalam perkembangan Radio KISI melebarkan sayapnya di kota Cirebon yang berlatarkan di Hotel Prima lantai 2 JL., Siliwangi 107, Cirebon 45124 dan kemudian disusul dengan membuka perwakilan di Jakarta yaitu KISI Advertising. Jl. Anggrek Garuda VC, Blok6-7 slipi Jakarta. Radio KISI FM merupakan “pemain lama” dalam bisnis Radio siaran Bogor yang telah dikenal oleh publik Bogor terlebih dikalangan anak muda.

Selain itu, kehadiran KISI FM yang kuat memfasilitasi Keputusan pengiklan untuk menggunakan KISI FM untuk iklan produk atau Perusahaan. KISI FM adalah mitra yang sangat baik untuk mengiklankan dan memasarkan barang atau bisnis yang ditampilkan kepada pendengar KISI FM karena memiliki audiens yang lebih besar daripada stasiun radio lainnya.

Dengan nama siara KISI 93.4 FM dan frekuensi 93.40 Mhz, Radio KISI FM terdaftar di KPI (Komisi Pelayanan Indonesia) untuk mendapatkan izin melakukan

penyiaran, komunikasi, dan informatika. Hal ini memungkinkannya untuk terdaftar sebagai anggota PRSSNI No. 044-1/1972.

4.1.1 Visi dan Misi

Sudah menjadi hal yang umum bahwa setiap organisasi atau badan usaha memiliki arah dan target yang ingin dicapai. Dalam hal ini, visi dan misi perusahaan berfungsi sebagai kompas utama yang membimbing seluruh aktivitas dan kebijakan operasional. Melalui pedoman tersebut, diharapkan segala upaya yang dilakukan dapat memberikan kontribusi nyata bagi kemajuan dan perkembangan perusahaan ke depannya. Adapun tujuan dan sasaran yang ingin dicapai oleh Radio KISI 93.4 FM adalah sebagai berikut:

Visi:

1. Menjadikan radio yang bercirikan aktif, dinamis juga energik, berjiwa muda dan bebas.
2. Menjadikan Radio KISI FM Bogor radio anak muda yang mendapatkan perhatian dan menjadi nomor satu di Kota Bogor.
3. Menjadikan Radio KISI FM bogor yang dapat dijadikan sebagai mitra usaha bagi perusahaan terutama di Kota Bogor dan sekitarnya.
4. Menjadi *brand awareness* bagi anak muda di Kota Bogor.
5. Menjadi *brand awareness* bagi perusahaan yang ingin berpromosi.

Misi:

1. Menghadirkan program-program yang sesuai dan disenangi oleh anak muda atau target.
2. Audience dengan memberikan informasi terkini, meliputi informasi tentang musik, berita.
3. Seputar gaya hidup dan pengetahuan ilmiah populer yang terkait dengan kehidupan anak muda.
4. Membangun lembaga penyiaran radio program kesehatan yang memberikan informasi program-program kesehatan kepada khalayak untuk membentuk pemahaman positif.
5. Memposisikan diri sebagai radio anak muda dengan klasifikasi AB.

4.1.2 Program Acara KISI 93.4 FM

KISI FM merupakan salah satu stasiun radio di kota Bogor. Memproduksi acaranya sendiri dengan memuat konten-konten yang bernuansa lokal, jenis program-program yang disiarkan KISI FM.

Tabel 4. 1 Program Acara Radio KISI 93.4 FM

No.	Program Siaran	Jam Siaran
1.	<i>Bogor In The Morning</i>	06.00-10.00 WIB
2.	<i>Afternoon Delight</i>	15.00-19.00 WIB
3.	<i>Kisi Music By Request</i>	19.00-22.00 WIB

Sumber: KISI FM 2024

Radio KISI 93.4 FM memiliki program-program yang mengudara di setiap harinya, yaitu:

1. *Bogor In The Morning*. Program pagi mengulas mengenai informasi dan cerita kota Bogor. (Musik Pop Indonesia)
2. *Afternoon Delight*. untuk menemani para pendengar di sore hari setelah beraktivitas dan sambal beristirahat. Afternoon Delight menyajikan berita berita terupdate, fresh dan terkini, lalu informasi-informasi menarik, dan tema pembahasan yang berbeda di setiap harinya yang dikemas dengan siaran

menghibur. Selain itu, dalam program *Afternoon Delight* ini sendiri menyajikan lagu-lagu hits dan populer. (Musik Pop & Mancanegara).

3. *Kisi Music By Request*, Program malam untuk menemani para pendengar di malam hari setelah beraktifitas, *Kisi Music By Request* menyajikan berita yang ter-update, serta melakukan interaktif dengan audien yang ingin request music melalui Whatsapp. (Musik Pop & Mancanegara).

4.1.3 Target Audience KISI FM

Menjangkau *audiens* yang dituju adalah tujuan segmentasi penargetan, proses memilih, dan menjangkau pasar dikenal sebagai penargetan. Berikut ini adalah beberapa contoh penargetan segmentasi *audiens* berbasis misi program KISI FM.

a). Kelompok Usia

Tabel 4. 2 Kelompok Usia Radio KISI 93.4 FM

Kategori	Presentase
Usia 15-20 tahun	20%
Usia 21-30 tahun	28%
Usia 30-40 tahun	32%
Usia 41-45 tahun	10%
Usia 50 tahun keatas	10%

Sumber: KISI FM 2024

b). Jenis Kelamin

Tabel 4. 3 Jenis Kelamin Radio KISI 93.4 FM

Kategori	Presentase
Pria	55%
Wanita	45%

Sumber: KISI FM 2024

c). Status Ekonomi Sosial

Tabel 4. 4 Status Ekonomi Sosial Radio KISI 93.4 FM

Kategori	Presentase
Pengeluaran perbulan antara 500.000-1.000.000	30%
Pengeluaran perbulan antara 1.000.001 -2.000.000	25%
Pengeluaran perbulan antara 2.000.001 -3.000.000	30%
Pengeluaran perbulan > 3.000.000	5%

Sumber: KISI FM 2024

d). Pendidikan Terakhir

Tabel 4. 5 Status Pendidikan Terakhir Radio KISI 93.4 FM

Kategori	Presentase
Tamat SD & SLTP	30%
Tamat SLTA	50%
Tamat Akademi	10%
Tamat Perguruan Tinggi	5%

Sumber: KISI FM 2024

e). Pekerjaan

Tabel 4. 6 Status Pekerjaan Radio KISI 93.4 FM

Kategori	Presentase
Pelajar & Mahasiswa	20%
Ibu Rumah Tangga	25%
Pegawai Swasta	10%
Wiraswasta	20%
PNS/POLRI/TNI	10%

Sumber: KISI FM 2024

Dapat dilihat berdasarkan table tersebut, bahwa KISI FM memilih target khususnya pada setiap programnya, ada program yang di peruntukan untuk beberapa segmen pendengar, tergantung kebutuhan dari masing-masing segmen pendengar. Hal tersebut dilakukan agar program lebih focus tujuannya dan lebih mudah menyesuaikan prohran sesuai dengan target pendengarnya.

4.1.5 Format Siaran

Pengetahuan yang memiliki kekuatan untuk mengangkat orang dan membuat dampak positif pada kehidupan mereka sendiri dan orang lain dikenal sebagai inspirasi. Berita ringan yang dapat digunakan pembaca untuk lebih memahami cara menghadapi tantangan hidup dan menjadi sadar akan nasihat hidup yang praktis.

Tabel 4. 7 Format Lagu Radio KISI 93.4 FM

Musik	Presentase
Pop	55%
R&B	35%
ROCK	10%
Indonesia	30%
BARAT	70%

Sumber: KISI FM 2024

Inti dari program Radio KISI FM adalah musik. Single terbaru dan berkualitas tinggi dari berbagai genre musik telah menjadi hit baik di dalam negeri maupun internasional yang disiarkan langsung oleh Radio KISI FM, tanpa ragu, Radio KISI FM menetapkan tren musik.

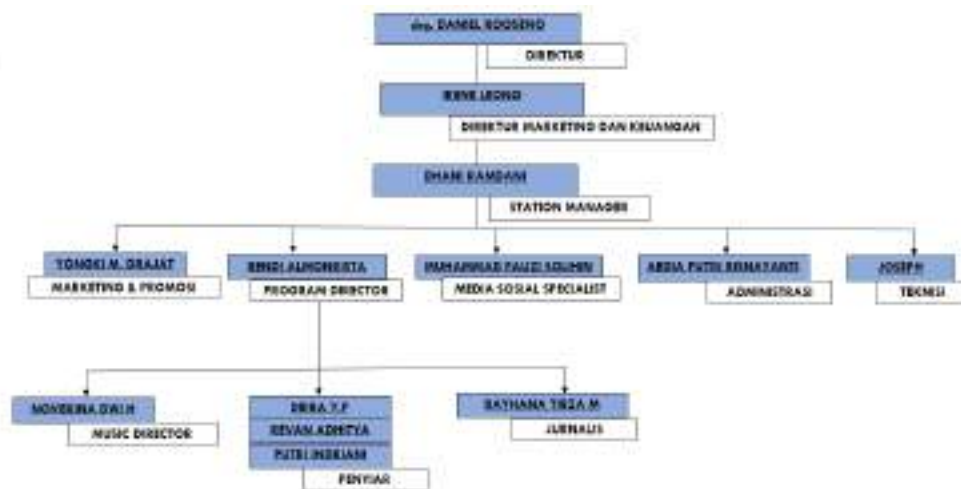
Tabel 4. 8 Format Acara Siaran Radio KISI 93.4 FM

Acara Siaran	Presentase
Berita	10%
Informasi	10%
Kebudayaan & Pendidikan	10%
Agama	10%
Hiburan & Musik	40%
Iklan & ILM	15%
Olahraga	5%

Sumber: KISI FM 2024

Tidak hanya musik, Radio KISI FM juga menyajikan beberapa acara siaran yang tidak kalah menarik. Penyampaian Serta Bahasa yang digunakan sehari-hari oleh penyiar adalah Bahasa yang akrab dan bersahabat serta humoris, guna membuat pendengar menjadi lebih nyaman.

4.1.6 Struktur Organisasi



Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber Foto: Data Perusahaan

Adapun deskripsi tugas dari bagian-bagian dalam organisasi perusahaan di Radio KISI FM Bogor, sebagai berikut:

1. Direktur

Tugas dari Direktur adalah merencanakan, mengendalikan, dan mengkoordinasikan pelaksanaan kegiatan Direksi dalam pengelolaan perusahaan baik yang bersifat strategis, agar misi perusahaan dapat dijalankan dengan baik dan tujuan perusahaan dapat dicapai

2. Direktur Marketing dan Keuangan

Melakukan identifikasi, pada pengembangan serta evaluasi terhadap strategi pemasaran yang sudah dijalankan berdasarkan dengan visi misi perusahaan dan kebutuhan dalam pasar. Merumuskan, pengerahan dan serta melakukan koordinasi pada kebijakan terkait dengan pemasaran barang atau jasa.

3. Station Manager

Membuat struktur organisasi radio, membuat program acara siaran radio dan mengatur jadwal acara siaran. Station Manager juga bertugas untuk mengkoordinir semua karyawan agar menjalankan tugasnya masing-masing sesuai dengan apa yang telah ditetapkan.

4. Marketing dan Promosi

Bertugas menyusun strategi pemasaran, mempromosikan program radio kepada klien atau pihak-pihak yang dipandang potensial untuk menjadi mitra. Mencari dan menawarkan kerjasama dengan produk/klien yang nantinya akan dipromosikan dalam bentuk iklan (*spot*, *adlibs*, *insert*, konten dan lain-lain).

5. Program Director

Bertugas dalam merencanakan program yang akan disiarkan, memilih konten apa saja yang akan ditayangkan di media sosial, merencanakan jadwal tayang

konten, melakukan evaluasi terhadap program-program yang ada. Program Director juga memiliki tugas untuk menganalisis hal yang perlu diperbaiki atau dikembangkan. Hal ini melibatkan analisis umpan balik dari penonton dan pendengar.

6. Media Social Specialist
Bertanggung jawab dalam membuat dan mengupload konten digital di social media. Menyiapkan kebutuhan konten digital dalam bentuk video, tulisan maupun gambar.
7. Administrasi
KISI FM Bogor memiliki seseorang yang bekerja di bagian administrasi yang bertugas mengelola dokumen, pembukuan, pengaturan agenda perusahaan, dan lain-lain.
8. Teknisi
Teknisi adalah awak siar yang juga penting ada dalam sebuah stasiun radio. Tugasnya adalah memelihara, merawat dan mengoperasikan semua peralatan stasiun radio. Untuk stasiun radio besar maka awak siar ini dikepalai oleh kepala teknisi (*chief engineer's*) dengan dibantu beberapa teknisi. Sedangkan untuk ukuran stasiun kecil umumnya hanya memiliki satu teknisi saja.
9. Penyiar
Bertugas untuk membawakan berita, menjadi pewawancara saat kegiatan Talkshow, dan membawakan program siaran. Penyiar menjadi yang pertama yang berinteraksi dengan pendengar. Penyiar juga menjadi talent untuk kebutuhan konten media sosial.
10. Music Director
Bertugas mengumpulkan dan menyeleksi lagu lalu menyusun lagu-lagu menjadi sebuah *playlist*. Menentukan layak atau tidaknya sebuah lagu untuk dimasukkan di dalam sebuah program siaran, dan memastikan lagu-lagu tersebut sesuai dengan segmentasi.
11. Jurnalis
Bertugas mengumpulkan informasi yang akurat dan relevan. Melakukan wawancara dalam sebuah kegiatan liputan.

4.1.7 Profil Program Bogor In The Morning



Gambar 4. 3 Flyer *Bogor In The Morning*
Sumber: KISI FM 2024

Bogor In The Morning adalah sebuah program *Prime time* di pagi hari yang menyajikan deretan lagu hits, informasi ter-update, dan obrolan yang menyegarkan penuh hiburan untuk menemani pendengar aktifitas di sela-sela perjalanan menuju kantor ataupun hanya dirumah. Dengan beberapa segmen yang dihadirkan seperti PLIN PLAN (Pengan Puterin Lagu Pilihan Kalian) mengajak pendengar untuk memilih lagu pilihan Indonesia maupun Mancanegara melalui Instagram ataupun WhatsApp, memberikan informasi seputar arus lalu lintas, dan selalu membuka topik obrolan atau tema menarik di setiap harinya yang di share dan post di social media Kisi FM Bogor. Program “*Bogor In The Morning*” *on air* setiap hari senin sampai sabtu mulai pukul 06.00 hingga 10.00 WIB.

4.2 Hasil Dan Pembahasan

Berdasarkan data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara langsung di lokasi penelitian, peneliti menemukan bahwa proses produksi program “*Bogor In The Morning*” di Radio KISI 93.4 FM Bogor berjalan secara sistematis dan terstruktur. Program ini menjadi salah satu program unggulan (*prime time*) yang memiliki peran penting dalam menarik perhatian pendengar, khususnya segmen usia muda hingga dewasa muda di wilayah Bogor.

Radio KISI memanfaatkan berbagai saluran media komunikasi, baik konvensional melalui siaran udara maupun digital melalui media sosial seperti Instagram dan *streaming web*, untuk memperkuat daya jangkauan serta memperluas interaksi dengan pendengar. Strategi ini dilakukan agar program yang disajikan dalam siaran “*Bogor In The Morning*” tidak hanya dinikmati secara *on-air*, tetapi juga dapat menjangkau audience secara online, terutama generasi milenial dan Gen Z yang merupakan mayoritas pendengar aktif saat ini.

Pada bab ini peneliti akan mendeskripsikan hasil penelitian mengenai bagaimana proses dari produksi program khususnya program “*Bogor In The Morning*” di Radio KISI 93.4 FM. Dalam proses produksi program “*Bogor In The*

Morning”, terdapat tiga tahapan utama yang dilakukan oleh tim produksi, yaitu tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Masing-masing tahapan memiliki peranan penting dalam memastikan program dapat terselenggara dengan baik dan sesuai dengan karakter siaran Radio KISI FM yang mengusung semangat anak muda, informatif, dan menghibur.

Dari ketiga tahap produksi yang dilakukan, terlihat bahwa program “Bogor In The Morning” memiliki sistem kerja yang terorganisir dan adaptif. Keberhasilan program ini tidak lepas dari peran penting seluruh tim produksi, khususnya produser dan penyiar yang mampu menjaga dinamika program tetap relevan, informatif, dan menghibur. Dengan menjalankan proses produksi secara konsisten, program ini mampu mempertahankan eksistensinya sebagai salah satu siaran andalan di Radio KISI 93.4 FM Bogor.

4.2.1 ANALISIS PRODUKSI PROGRAM “BOGOR IN THE MORNING” DI RADIO KISI 93.4 FM BOGOR

1. Pra-produksi

Tahap pra-produksi merupakan langkah awal yang menjadi fondasi utama dalam pelaksanaan program siaran. Dalam tahapan ini, tim produksi melakukan berbagai perencanaan dan persiapan yang matang sebelum program mengudara.

Kegiatan pra-produksi dimulai dengan penentuan tema harian yang akan dibahas dalam program. Tema ini biasanya disesuaikan dengan kondisi terkini yang terjadi di masyarakat, baik itu berkaitan dengan isu sosial, lalu lintas, hiburan, maupun gaya hidup.

a) Menerapkan SMCR

SMCR adalah singkatan dari *Source* (sumber), *Message* (pesan), *Channel* (saluran), dan *Receiver* (penerima). Ini adalah model komunikasi linear yang menggambarkan proses komunikasi sebagai proses satu arah dari sumber ke penerima, melalui pesan dan saluran. Model ini dikembangkan oleh David Kenneth Berlo, dalam konteks produksi program Radio, pada tahap ini tim produksi menyiapkan beberapa materi siaran atau topik yang akan dibahas. Tentunya penggalian informasi harus dicari lebih mendalam guna mencari fakta yang sesuai untuk disiarkan, pencarian sumber informasi adalah Langkah awal yang sangat penting untuk memulai siaran.

Seperti yang disampaikan oleh Dhani Ramdhani selaku *station manager* Radio KISI 93.4 FM dalam wawancaranya pada 5 mei 2025, mengatakan bahwa:

“Yang pertama sumber informasi dalam bentuk informasi aktual atau informasi yang di apa istilahnya untuk improvisasi atau apapun dari si penyiar gitu kan kalau misalkan kita bicara informasi apa yang diutarakan oleh penyiar kita pasti menentukan atau mencari informasi yang paling pertamanya adalah sesuai dengan segmen radionya dan sesuai dengan program radionya jadi untuk seperti contoh kalau misalkan informasi di siaran pagi Bogor in the morning tapi kita ngebahas tentang yang ada di Papua itu kan ga relate jadi kita cari informasi yang memang menyesuaikan dengan kondisi Bogor utamanya sih di sana sisanya untuk nasional Maksudnya isu-isu yang nasional gitu kan walaupun misal Isinya enggak terlalu besar tapi isu nasional itu masih relevan buat di acara bogor in the morning untuk apa jadi sumber informasinya itu bisa dari berbagai platform media digital”.

Pernyataan ini kemudian di perkuat dengan pernyataan yang disampaikan oleh *Program Director* sekaligus penyiar pada Program “*Bogor In The Morning*” Rendi Almonrista Radio KISI 93.4 FM pada 05 Mei 2025 yang mengatakan bahwa:

“Tentunya siapa yang menjadi sumber informasi dalam program ini eee mungkin di ilmu komunikasi juga pernah diajarin bahwa eee informasi untuk media kan bisa dapat informasi dari media to media jadi kita untuk menentukan informasi juga mengambil dari media-media lain seperti contohnya media digital zaman sekarang mungkin kayak USS FEED kemudian ada FOLKATIVE terus juga ada CREATIFOX ada eee dan lain-lain”.



Gambar 4. 4 Tahap pencarian ide/tema
Sumber: Data Primer

Berdasarkan pernyataan dari *Program Director* sekaligus penyiar program “*Bogor In The Morning*”, Rendi Almonrista, serta *Station Manager* Radio KISI 93.4 FM, Dhani Ramdhani, dapat disimpulkan bahwa proses pencarian dan penentuan sumber informasi dalam produksi siaran sangat bergantung pada akurasi, relevansi, dan kedekatannya dengan segmen serta karakter program. Sumber informasi yang digunakan oleh tim produksi berasal dari berbagai media digital (seperti USS Feed, Folkative, dan Creatifox) dalam prinsip *media to media sharing*, di mana antar media saling berbagi informasi.

Setelah menentukan sumber. Penyampaian informasi tidak dilakukan secara mentah, tetapi dikemas ulang menggunakan gaya khas Radio KISI. Pesan harus sesuai dengan identitas siaran pagi dan segmentasi pendengar di wilayah Bogor. Konten lokal menjadi prioritas, namun isu nasional juga bisa dimasukkan selama masih relevan. Strategi ini menunjukkan adanya proses kurasi dan adaptasi pesan yang matang. Hal ini merupakan salah satu bagian dari strategi Radio KISI 93.4

FM dalam menyampaikan pesan agar sesuai dengan karakter program dan target *audience*. Pernyataan ini juga disampaikan oleh Noverina Dwi Hermilinea selaku Penyiar dan *Music Director* pada 05 Mei 2025, mengatakan bahwa:

“Strateginya sih setelah kita sudah memutuskan untuk membawakan Informasi apa ya tentunya karena bogor in the morning itu 2 penyiar tentunya ada kesepakatan itu dulu baru kita apa ya sebenarnya kalau menyusun pesannya itu tetap informatif, informatif itu tetap ada gitu ya cuman memang harus disesuaikan dengan karakter program gitu karena untuk target audience-nya sendiri kan di FM itu di 18-40 tahun gitu Jadi bagaimana caranya menyusun pesannya itu dengan memakai bahasa yang mudah dimengerti gitu. memakai bahasa yang mudah dimengerti dan agar bisa menarik pendengar gitu ya dan eee siarannya tidak monoton begitu-begitu saja makanya suka disebutkan eee hiburan gitu jadi enggak Just memberikan informasi aja”.

Kemudian hal ini diperkuat dengan pernyataan Rendi Almonrista selaku Program *Director* sekaligus penyiar pada program *“Bogor In The Morning”* di Radio KISI 93.4 FM, pada wawancara 05 Mei 2025, yang menyatakan bahwa:

“Pokoknya untuk strategi sebenarnya ga ada yang Gimana ya, yang jelas karena program bogor in the morning, program pagi, gimana caranya kita mengemas informasi dalam siaran radio itu selite Mungkin seringan mungkin, dengan dengan gaya siarannya gue dengan gaya siaran nove yang mana bahasa yang dipilih bahasa Indonesia pasti dengan kalimat-kalimat yang mudah dimengerti atau bisa disimpulkan ya kalimat-kalimat casual lah ya dan eee relevan lah sama apa namanya pendengar gitu karena memang secara karakter kami ini karakter programnya adalah variety show yang dimana harus dikemas secara santai mungkin ya karena kita bukan news banget gitu dan target audiens kita kan karena memang eee apa namanya luas ya Maksudnya kan size pendengar kita kan dari 18 tahun sampai 40 tahun lagi gimana caranya eee Informasi yang disampaikan eee apa namanya mengakomodir semua usia gitu gua rasa sih dengan kalimat dan bahasa yang mau pakai di bogor in the morning bisa mencakup semua”.

Selain itu, pemilihan informasi disesuaikan dengan konteks lokal (seperti wilayah Bogor untuk program pagi *“Bogor In The Morning”*) agar tetap relevan dengan pendengar. Meski demikian, isu-isu nasional tetap dapat dimuat selama masih memiliki keterkaitan atau nilai informasi yang penting bagi audiens. Dengan demikian, kurasi informasi dilakukan secara selektif berdasarkan relevansi isi, media sumber, serta gaya penyampaian khas dari Radio KISI.

Radio KISI 93.4 FM juga menggunakan media sosial dan platform digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Pemanfaatan media digital menjadi penting karena mampu menyesuaikan diri dengan perubahan pola konsumsi informasi di kalangan pendengar, terutama generasi muda. Dalam wawancara Dhani Ramdhani selaku *station manager* Radio KISI 93.4 FM pada 05 Mei 2025 yang mengatakan bahwa:

“Kalau misalkan komunikasi satu arah tapi ya karena kalau komunikasi dua arah kan itu harus ada media lain lah seperti misalkan by telepon tapi untuk satu arahnya ya Selain siaran ya kita interaksi dulu dengan media sosial minimal seperti di IG gitu kan Program-program siaran pagi pun juga kita interaksi juga dengan pendengar lewat media sosialnya IG salah satu contohnya hanya sebatas interaksi”.

Kemudian ditambahkan dengan pernyataan Noverina Dwi Hermilinea selaku Penyiar dan Music Director pada 05 Mei 2025, yang mengatakan bahwa:

“Oke kalau udah selain dari konvensionalnya apa namanya FM konvensional, kita juga ada streaming di www.kisifm.com terus kita juga punya aplikasi fm bogor di playstore, jadi sementara ee itu selain dari konvensionalnya sudah tersedia di digital juga”.

Hal ini dilakukan mengingat media konvensional seperti radio kini lebih mengandalkan media digital untuk mendapatkan bahan siaran, tidak hanya itu penggunaan media digital dapat menjangkau pendengar diluar jangkauan Radio KISI 93.4 FM itu sendiri.

Untuk memastikan pesan yang disampaikan melalui siaran dapat diterima dengan baik, tim produksi terlebih dahulu memetakan dan memahami karakteristik pendengar program *“Bogor In The Morning”*. Hal ini dilakukan dengan melihat beberapa aspek utama, seperti lokasi geografis, rentang usia, serta kebiasaan mendengarkan radio pada pagi hari. Segmentasi pendengar difokuskan pada masyarakat Bogor dan sekitarnya, karena program ini ditujukan sebagai referensi informasi harian lokal. Selain itu, sebagian besar pendengar berasal dari kalangan dewasa muda hingga usia produktif, yang aktif mengikuti perkembangan isu-isu terkini, namun tetap membutuhkan informasi yang ringan dan relevan untuk mengawali hari. Dalam wawancara Dhani Ramdhani selaku *station manager* Radio KISI 93.4 FM pada 05 Mei 2025 yang mengatakan bahwa:

“Sedikitnya itu kan nggak yang namanya survei itu survei itu kan tidak pernah real misalkan kita dari 100 orang disurvei tidak 100 orang Hanya sebagian perbandingannya sekian nah perbandingan itu menjadikan salah satu survei buat kita adalah respon dari pendengar disaat kita membuka opini atau misalkan ngebuka Apa pendapat orang-orang termasuk dari request dari mana Nah itu karakter si orang yang intraktif sama kita itu bisa dilihat ya kan kalau misalnya di sosial media bisa dilihat di profile nya sebagai seorang apa umurnya gimana segala macam ya kita dipantau itu dari situ nah dari situ hasil risetnya itu kita bawa ke program ini anggap seperti kalau misalkan walaupun cuma sedikit tapi Oh ini bisa mewakili pendengar di program tersebut Jadi intinya dia dari survei kecil-kecilan yang kita buat saja yang baru bisa apa namanya bisa tahu deh gitu kan untuk pendengarnya di jam segini Ini program Ini harus begini di jam sekian Oh berarti harus seperti itu gitu kan jadi menyesuaikan walaupun secara general tetap enggak ada apa tetap ada tetapi ada lebih spesifik lagi lah”.

Berdasarkan pernyataan Dhani Ramdhani selaku *Station Manager* Radio KISI 93.4 FM, dapat disimpulkan bahwa pemetaan karakteristik pendengar program *“Bogor In The Morning”* dilakukan melalui survei kecil-kecilan yang bersifat tidak formal namun cukup representatif. Survei ini mengandalkan interaksi langsung dengan pendengar, baik melalui permintaan lagu (*request*), opini yang masuk, maupun aktivitas mereka di media sosial. Dari data tersebut, tim produksi dapat mengenali profil pendengar, termasuk usia, latar belakang, dan ketertarikan mereka. Informasi ini kemudian dijadikan dasar untuk menyusun isi dan format program agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan kebiasaan pendengar di waktu siaran tertentu. Meskipun bersifat sederhana, pendekatan ini dinilai cukup efektif dalam menciptakan program yang relevan dan diminati audiens.

Dalam proses penyusunan isi siaran, tim produksi *“Bogor In The Morning”* mempertimbangkan rentang usia pendengar yang cukup luas, yakni antara 18 hingga 40 tahun. Menurut Rendi Almonrista, strategi penyampaian informasi disesuaikan dengan segmentasi usia tersebut agar materi siaran lebih relevan dan mudah diterima. Misalnya, pada jam-jam awal siaran, konten lebih difokuskan untuk kalangan usia muda (18-25 tahun) dengan penyajian yang dinamis, sedangkan pada jam-jam berikutnya, informasi disesuaikan untuk pendengar yang lebih dewasa hingga usia 40 tahun. Hal ini disampaikannya dalam wawancara pada 05 Mei 2025, yang menyatakan bahwa:

“Dari usia gitu ya yang kurang lebih seperti ini pertanyaan awal dengan ya gimana caranya kita memberikan informasi disesuaikan dengan peta dari pendengar kita karena size kita dari 18 sampai 40 tahun cari informasi yang mungkin agak sedikit dinamis mungkin dijam pertama kita kasih dulu yang eemm apa namanya mencakup dalam dari size 18 sampai 25 mungkin kemudian di jam selanjutnya mencakup usia sampai 40 tapi biasanya memang kita mencoba untuk memberikan informasi informasi yang memang mengakomodir usia itu semua”.

Dengan memahami rentang usia pendengar, tim produksi berupaya menyusun alur penyajian informasi yang adaptif dan tersegmentasi. Strategi ini memungkinkan program *“Bogor In The Morning”* untuk menjangkau dan memenuhi kebutuhan seluruh kelompok usia dalam target audiens, tanpa mengabaikan karakteristik dan preferensi masing-masing kelompok.

b) Mencari ide, fakta, dan referensi

Dalam proses produksi sebuah program siaran, salah satu tahapan penting yang tidak bisa dilewatkan adalah pencarian ide, fakta, dan referensi. Tahapan ini menjadi dasar dalam menentukan arah isi siaran agar tetap relevan, informatif, dan menarik bagi pendengar. Bagi tim produksi program *“Bogor In The Morning”* di Radio KISI 93.4 FM, mencari ide bukanlah hal yang dilakukan secara sembarangan. Diperlukan kepekaan terhadap isu-isu terkini, pemahaman terhadap minat pendengar, serta kreativitas dalam menggali berbagai sumber informasi yang tersedia, baik dari media digital maupun pengalaman sehari-hari. Dalam wawancara 05 Mei 2025 bersama Rendi Almonrista selaku Program *Director* dan penyiar, ia menjelaskan bagaimana proses pencarian ide dilakukan secara dinamis dan terbuka.

“Mecem mecem sebenarnya kita nyari ide atau topik gitu karena memang sekarang gua rasa semua radio juga sekarang udah beriringan bersama

digital Ya maksudnya sosial media gitu jadi topik sekarang gampang banget untuk dicari untuk dibawain di siaran radio bisa lewat sosmed Mungkin lagi isu-isu yang terhangat mungkin apa entah itu trend entah itu apa namanya lifestyle orang mungkin eee budaya pop gitu top culture gitu terus ya macam-macam mungkin dari kebiasaan-kebiasaan orang di saat itu jadi Biasanya kita apalagi isu-isu yang memang harus di apa namanya harus dibicarakan ya eee Apalagi kan kita media kita harus menginformasikan karena kalau ngomongin soal informasi ini sekarang juga ada yang enggak sampai mungkin salah satu alasannya Mungkin orang yang ditargetkan atau ditargetkan ga main sosmed gitu kan dia dengar radio”.

Menurut Rendi Almonrista, dalam mencari ide atau topik siaran, tim produksi *“Bogor In The Morning”* tidak terpaku pada satu sumber tertentu. Inspirasi bisa datang dari berbagai arah, terutama dengan semakin terintegrasinya media radio dan platform digital. Sosial media menjadi salah satu sumber utama karena banyak memunculkan isu-isu terkini seperti tren, gaya hidup, budaya pop, hingga kebiasaan masyarakat. Selain itu, isu-isu aktual yang dianggap penting untuk diinformasikan juga menjadi pertimbangan utama, mengingat peran radio sebagai media penyampai informasi. Bahkan, ide bisa muncul secara spontan dari hal-hal sederhana seperti pengalaman pribadi, lamunan, hingga inspirasi yang datang tiba-tiba.

Sejalan dengan pernyataan Rendi Almonrista mengenai pentingnya media digital sebagai sumber ide siaran, Noverina Dwi Hermilenia selaku bagian dari tim produksi *Bogor In The Morning* juga menegaskan bahwa pencarian topik sangat bergantung pada kepekaan terhadap informasi yang berkembang di berbagai platform digital. Menurutnya, media seperti Ussfeed, CNN, dan portal berita lainnya menjadi rujukan utama dalam menentukan isi siaran harian. Namun, selain mengandalkan referensi dari luar, tim juga aktif melibatkan pendengar melalui media sosial untuk mendapatkan respons dan masukan yang memperkaya topik siaran. Hal ini ia sampaikan pada wawancara 05 Mei 2025 yang menyatakan bahwa:

“Oke kalau TOPIK untuk siaran tadi udah aku bahas juga ya untuk dari media-media digital itu kayak ussfeed, CNN yang dan lainnya juga bisa menjadi ide dan topik untuk siaran sih tapi kalau misalnya karena di Bogor in the morning itu dari jam 06.00 sampai jam 09.00 itu sebenarnya kita hanya membahas ee berita-berita informatif gitu yang apa yang baru saja terjadi di 24 jam kebelakang and then tapi kalau misalnya untuk jam 09.00 sampai jam 10.00 itu kita hanya membahas satu topik saja yaitu kita juga kayak membuka tema gitu ya Yang nanti akan disebar di question box di Instagram kita di @kisifmbogor dan juga di WhatsApp gitu jadi pendengar itu maksudnya kita bisa dapat feedback dari pendengar gitu atau tema yang kita buat di hari itu gitu”.

Noverina Dwi Hermilenia menjelaskan bahwa dalam menentukan topik siaran, tim produksi *“Bogor In The Morning”* memanfaatkan berbagai sumber dari media digital seperti Ussfeed, CNN, dan platform berita lainnya. Informasi dari sumber-sumber tersebut digunakan untuk menyusun materi siaran yang aktual dan relevan. Pada segmen siaran pukul 06.00 hingga 09.00 WIB, tim fokus

menyampaikan berita-berita informatif yang terjadi dalam 24 jam terakhir. Sementara itu, pada segmen pukul 09.00 hingga 10.00 WIB, siaran difokuskan pada satu topik tematik yang dipilih khusus untuk hari tersebut. Topik ini kemudian disebarakan melalui *question box* di Instagram @kisifmbogor maupun melalui WhatsApp, agar pendengar dapat memberikan tanggapan dan berinteraksi langsung dengan program.



Gambar 4. 5 question box di Instagram
Sumber: Data Primer

Strategi pencarian dan pemilihan topik siaran dalam program “*Bogor In The Morning*” menggabungkan pemanfaatan media digital sebagai sumber informasi serta interaksi langsung dengan pendengar. Dengan membedakan pendekatan antara segmen berita dan segmen tematik, program ini mampu menjaga relevansi dan keterlibatan audiens. Proses ini menunjukkan pentingnya kolaborasi antara media digital dan partisipasi pendengar sebagai sumber ide, sekaligus memperkuat hubungan antara penyiar dan audiens.

Setelah ide atau topik siaran diperoleh, baik dari media digital, tren sosial, maupun masukan dari pendengar, langkah berikutnya yang dilakukan oleh tim produksi adalah melakukan proses verifikasi fakta. Proses ini menjadi tahapan penting guna memastikan bahwa informasi yang akan disampaikan benar-benar valid dan layak siar. Tim produksi akan menelusuri kembali sumber asli dari informasi yang ditemukan untuk menghindari penyebaran hoaks atau informasi yang belum jelas kebenarannya. Verifikasi biasanya dilakukan dengan membandingkan konten tersebut dengan media-media arus utama yang kredibel, seperti portal berita nasional atau sumber resmi pemerintah. Jika informasi yang ditemukan berasal dari media sosial atau platform kreatif, tim akan memastikan ada kesesuaian antara data yang disajikan dan kondisi aktual di lapangan. Selain itu, dalam proses ini, tim juga mempertimbangkan kesesuaian topik dengan segmentasi pendengar dan nilai-nilai yang dijunjung oleh program siaran. Jadi, bukan hanya faktual, tetapi informasi juga harus relevan dengan konteks lokal Bogor dan disampaikan dengan gaya khas KISI yang ringan namun informatif. Dalam

wawancara Dhani Ramdhani selaku *Station Manager* Radio KISI 93.4 FM pada 05 Mei 2025, yang mengatakan bahwa:

“Verifikasi fakta dan referensi Biasanya sih kalau di radio itu idealnya itu semua bahan siaran gitu kan itu selalu diverifikasi oleh produser jadi idealnya itu ada musik director ada produser gitu kan minimal produser nah jadi bahan-bahannya itu semua yang bertanggung jawab adalah produser bahan informasi bahan dan segala macam jadi disaat ada info apa yang ingin disampaikan produser itu bertanggung jawab jadi dia memang harus memverifikasi tentang berita tersebut benar atau tidak atau mungkin karena kita itu kan tidak boleh menyebarkan berita bohong”.

Dhani Ramdhani, selaku *Station Manager* Radio KISI 93.4 FM, menjelaskan bahwa proses verifikasi fakta dan referensi dalam siaran radio merupakan langkah penting yang harus dilakukan sebelum suatu informasi disampaikan ke pendengar. Dalam struktur ideal tim produksi, tugas verifikasi ini berada di bawah tanggung jawab produser. Setiap bahan siaran baik informasi, data, maupun berita harus melalui proses pengecekan terlebih dahulu untuk memastikan kebenarannya. Produser bertindak sebagai penanggung jawab utama dalam memastikan bahwa konten yang dibawakan tidak menyesatkan atau mengandung informasi palsu, karena radio sebagai media penyiaran memiliki tanggung jawab moral dan hukum untuk tidak menyebarkan berita bohong. Hal ini juga diperkuat dengan hasil wawancara Noverina Dwi Hermilenia pada 05 Mei 2025 selaku *Music Director* dan penyiar Radio KISI 93.4 FM, yang mengatakan bahwa:

“Oke kalau verifikasi fakta atau referensi Biasanya kalau aku sendiri ya suka recehck lagi gitu ya Misalnya ada suatu suatu Sepatu peristiwa gitu ya terus kayak gitu cek lagi di Google gitu ya and then melihat dari sumber-sumber berita yang terpercaya gitu”.

Noverina menegaskan bahwa proses verifikasi fakta dan referensi sangat penting dalam produksi siaran. Ia secara aktif melakukan pengecekan ulang terhadap informasi dengan mencari sumber yang terpercaya dan sudah terverifikasi sebelum memutuskan untuk membawakan topik tersebut dalam siaran. Pendekatan ini menunjukkan komitmen tim produksi untuk menjaga akurasi dan kredibilitas informasi yang disampaikan kepada pendengar.

c) Membuat variasi skrip

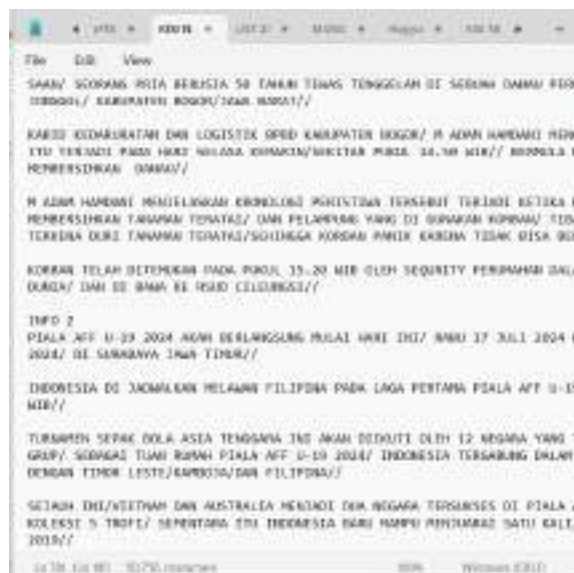
Dalam proses produksi program radio, penyusunan naskah atau script memiliki peran penting sebagai panduan penyiar dalam menyampaikan informasi kepada pendengar. Idealnya, script disusun secara mingguan, namun dalam praktiknya sering disiapkan untuk dua hingga tiga hari ke depan, terutama untuk materi yang bersifat umum dan tidak harus *up to date*. Sementara itu, untuk informasi yang bersifat harian atau aktual, script biasanya disiapkan pada sore hari sebelum siaran pagi dimulai, seperti pada program *"Bogor In The Morning"*. Setelah script selesai, produser akan melakukan pengecekan dan penyuntingan sebelum akhirnya disiarkan oleh penyiar. Hal ini disampaikan oleh Dhani Ramdhani selaku *Station Manager* Radio KISI 93.4 FM pada 05 Mei 2025 yang menyatakan bahwa:

“Idealnya Proses penyusunan script itu biasanya dilakukan per minggu tapi tidak utuh kalau pengalaman lama jadi script itu dikumpulkan untuk

mencari untuk minimal 2 sampai 3 hari ke depan untuk script yang general yang bukan apa namanya yang bukan uptodate gitu kan karena banyak script yang memang dipajang kapanpun juga dia masih ya masih biasa aja bukan everlasting lah gitu kan Nah seperti itu disiapkan untuk tiga hari atau kadang seminggu gitu kan disiapkan karena itu untuk dicek juga sama sih produser nah terus ada yang sebagian eee script yang memang dicari di sebelum siaran kalau misalkan siaran pagi jam 06.00 kayak bogor in the morning ini kan jam 06.00 nah sorenya kita udah siapin script-nya Nah script-nya itulah ini ini biar produser yang ngecek nanti setelah dicek Oh ini bisa ini enggak ini bisa atau enggak barulah si penyiar yang eee apa istilahnya meng on air kan script seperti yang ada cuman emang beda apa namanya persentasenya aja untuk yang dibuat untuk seminggu karena materinya everlasting lah kapanpun bisa dibaca ada yang memang ee lastminit lah deket-deket harian untuk harian”.

Noverina Dwi Hermilenia juga menjelaskan pada wawancara 05 Mei 2025 bahwa dalam praktiknya, penyusunan skrip siaran di Radio KISI lebih banyak dilakukan secara harian. Meskipun dalam beberapa kasus skrip dapat disiapkan secara mingguan, biasanya hal tersebut hanya berlaku untuk materi yang bersifat timeless atau tidak terikat oleh waktu, seperti informasi umum yang relevansinya tidak cepat berubah.

“kalau skrip sendiri sih dilakukannya perhari karena kalau perminggu kayak eee bisa aja perminggu tapi mungkin perminggu itu hanya membuat skrip yang beritanya yang kita sampaikan itu yang sifatnya timeless, ya walaupun kita Bacakan kapanpun itu kayak tidak terpaut waktu gitu Jadi kenapa harus harian karena ya itu sih karena kita lebih apa ya kayak mengutamakan juga berita-berita yang aktual yang terkini gitu”.



Gambar 4. 6 Naskah Harian
Sumber: Data Primer

Penyusunan skrip secara harian dilakukan untuk memastikan isi siaran tetap aktual dan relevan dengan perkembangan terkini. Proses penyusunan skrip dalam

program “*Bogor In The Morning*” dilakukan secara harian, menyesuaikan dengan kebutuhan informasi yang dinamis dan selalu berubah. Penyiar menyusun naskah berdasarkan topik yang telah dipilih dan disesuaikan dengan informasi terkini, khususnya yang relevan dengan masyarakat Bogor. Format harian ini dipilih agar isi siaran selalu segar, aktual, dan tidak ketinggalan isu yang sedang berkembang.

Meskipun skrip disusun setiap hari, penyiar tidak sepenuhnya terpaku pada teks yang tertulis. Terdapat tingkat fleksibilitas tertentu yang diberikan kepada penyiar untuk mengembangkan isi siaran secara spontan, terutama ketika menanggapi komentar dari pendengar, menyampaikan opini pribadi, atau menciptakan suasana yang lebih santai dan komunikatif. Hal ini bertujuan agar siaran tidak terdengar kaku dan tetap dapat menjalin kedekatan emosional dengan audiens. Fleksibilitas ini justru menjadi kekuatan program karena memungkinkan penyiar untuk menyesuaikan gaya bicara dengan karakter siaran yang mengalir dan penuh improvisasi. Seperti yang disampaikan oleh Dhani Ramdhani selaku *Station Manager* Radio KISI 93.4 FM pada 05 Mei 2025 yang menyatakan bahwa:

“karena penyiar itu dia harus menguasai improvisasi dan improvisasi itu harus mengembangkan dari materi yang ada ini punya materi misalkan dalam satu paragraf Nah si penyiar itu harus bisa membuat satu paragraf itu menjadi satu alinea ya kan jadi pengembangan kreatifnya ada di situ informasinya cuma cukup dengan satu paragraf aja begini Ini udah tapi si penyiar itu kita harus sejauh mungkin sebisa mungkin dengan pengolahan kata-katanya ya untuk semakin jelas semakin detail dan semakin berkembang tentunya dan semakin menarik ujung-ujungnya semakin menarik itulah kemampuan si penyiar”.

Kemampuan improvisasi merupakan keterampilan utama yang harus dimiliki oleh seorang penyiar. Meskipun hanya dibekali materi singkat seperti satu paragraf, penyiar dituntut mampu mengembangkannya menjadi penyampaian yang lebih panjang, jelas, dan menarik. Pengolahan kata secara kreatif menjadi kunci untuk membuat informasi sederhana menjadi lebih hidup, komunikatif, dan engaging bagi pendengar. Hal ini menunjukkan bahwa peran penyiar tidak hanya sebagai pembaca naskah, tetapi juga sebagai komunikator yang mampu membangun kedekatan dengan audiens melalui gaya penyampaian yang dinamis dan atraktif. Hal ini juga diperkuat dengan pernyataan Noverina Dwi Hermilenia selaku penyiar dan *Music Director* pada wawancara 05 Mei 2025, yang menyatakan bahwa:

“Oke Jadi sebenarnya privillage penyiar di sini juga sangat memiliki otoritas untuk bisa apa ya mengembangkan script di luar naskah gitu ya jadi kita tuh sangat diperbolehkan untuk improvisasi ya tadi ya sesuai dengan karakteristik penyiarnya gitu jadi karena mungkin kalau misalnya sesuai saklek dengan script gitu akan terdengar monoton dan begitu saja”.



Gambar 4. 7 Penyampaian Informasi
Sumber: Data Primer

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa improvisasi menjadi elemen penting dalam siaran radio, tidak hanya sebagai bentuk kebebasan kreatif penyiar, tetapi juga sebagai strategi untuk menghadirkan siaran yang lebih hidup, menarik, dan sesuai dengan karakter penyiar itu sendiri. Dengan adanya ruang untuk mengembangkan script secara spontan, penyiar mampu menciptakan nuansa program yang lebih segar dan personal, yang pada akhirnya meningkatkan kedekatan dengan pendengar.

Untuk menjaga agar siaran tidak monoton, tim produksi menerapkan format skrip yang variatif namun tetap konsisten. Misalnya, dalam satu sesi siaran terdapat beberapa segmen seperti pembukaan, informasi lokal, topik ringan, hingga penutup yang diselingi dengan lagu atau interaksi pendengar. Selain itu, gaya bahasa yang digunakan dalam skrip pun dibuat ringan, komunikatif, dan kadang disisipkan humor atau ungkapan khas penyiar. Dengan begitu, meskipun disusun rutin setiap hari, struktur skrip tetap menarik dan tidak membosankan bagi pendengar. Noverina Dwi Hermilenia juga menjelaskan dalam wawancaranya pada 05 Mei 2025 Upaya Program “*Bogor In The Morning*” supaya siara terasa tidak monoton dalam wawancara yang menyatakan bahwa:

“Oke kalau bikin scriptnya yang tidak mau nonton biar tetap menarik juga ya tentunya karena kita ya tadi ya tagline musiknya semua hits kita juga audience bahkan dimulai dari dari 18 tahun targetnya jadi eee bisa mungkin kita menggunakan gaya bahasanya yang tidak kaku gitu ya tidak kaku yang nyaman didengar juga gitu ya Dan kalau misalnya format tertentu sih kalau misalnya Bogor in the morning biasanya eee misalnya ada suatu berita ada highlight gitu ada highlight berita gitu ya tapi kita ga langsung in to ke highlight ke berita tersebut kita akan mencari ee bridging diawal gitu ya yang akan membawa kehighlight ke berita tersebut gitu jadi kita ga langsung sebutin jadi kayak bikin penasaran gitu, ini mereka bahas apasih mereka mau arah kemana sih gitu jadi itu sih menurut gue apa namanya tidak menjadi tidak monoton”.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa penggunaan gaya bahasa yang ringan, tidak kaku, serta penyusunan alur yang mengandung unsur *teasing* atau *bridging* menjadi strategi penting dalam membuat siaran lebih menarik. Pendekatan ini tidak hanya menjaga agar konten tidak monoton, tetapi juga membantu membangun rasa penasaran pendengar terhadap informasi yang akan disampaikan. Dengan demikian, meskipun siaran berisi berita, penyampaiannya tetap terasa menghibur dan mudah diikuti oleh berbagai kalangan.

2. Produksi

Tahap produksi merupakan pelaksanaan siaran secara langsung yang dilakukan setiap hari Senin hingga Sabtu, mulai pukul 06.00 hingga 10.00 WIB. Dalam tahap ini, penyiar memegang peran penting sebagai pengendali suasana program sekaligus penghubung utama antara stasiun radio dan pendengarnya. Program *“Bogor In The Morning”* dibuka dengan sapaan khas yang ceria dan penuh semangat, menciptakan suasana pagi yang hangat dan menyenangkan. Lagu-lagu hits yang telah dipilih oleh *Music Director* mulai diputar untuk menemani aktivitas pagi pendengar. Di sela-sela lagu, penyiar menyampaikan informasi penting seputar lalu lintas, cuaca, maupun kabar aktual yang ringan dan mudah dicerna. Tahap produksi dalam program *“Bogor In The Morning”* bukan sekadar proses teknis penyiaran, melainkan juga merupakan proses membentuk dan menyampaikan realitas sosial yang dikemas secara simbolik oleh tim produksi.

a) Membentuk Realitas Subjektif

Berdasarkan pendekatan teori konstruksi sosial media massa oleh Armawati Arbi, khususnya pada tahapan *“membentuk realitas subjektif,”* tim produksi KISI FM tidak hanya menyampaikan fakta atau informasi mentah, melainkan melakukan seleksi, pendalaman, penonjolan, hingga penyempitan makna terhadap berbagai isu yang akan ditampilkan dalam program.

Proses pembentukan realitas dimulai dari seleksi tema dan isu yang dianggap relevan untuk disiarkan setiap pagi. Pemilihan tema dilakukan dengan mempertimbangkan konteks lokal, psikologi pendengar pagi hari, serta trend media sosial yang sedang berkembang. Tim kreatif, dalam hal ini produser dan penyiar, bersama-sama melakukan identifikasi topik-topik aktual yang muncul di ruang publik, baik melalui media sosial, media online, atau bahkan obrolan sehari-hari di masyarakat Bogor. Tidak semua isu diangkat begitu saja; hanya isu-isu yang dianggap memiliki resonansi emosional atau kepentingan langsung terhadap pendengar yang dipilih untuk dibawa ke udara. Hal ini ditegaskan oleh Rendi Almonrista pada 05 Mei 2025, yang mengatakan:

“Yang pasti sih kita kalo tema kalo bisa isunya ga lewat udah lewat misalkan isinya tahun 2016 kita bahas sekarang kan terlalu lama tuh ini kan kecuali kita pakai time traveller gitu tapi bisa juga jadi memang kita usahakan bukan ini mah udah harus udah jadi sop bahwa berita berita, t isu isu itu yang kita bawa harus aktual harus terkini gitu ya dan juga melihat faktanya juga gitu eee di apa dilihat juga itunya terus ee dari tema yang memang umum supaya bisa mencakup karena kan ada yang tahu spesifik gitu mungkin di kelompok-kelompok tertentu gitu gimana caranya supaya terdengarnya informasinya isunya memang apa namanya eee cari isu yang memang umum”.

Penyusunan tema dan isu siaran harus mengutamakan dua hal: aktualitas dan cakupan yang luas. Isu-isu yang sudah basi atau terlalu spesifik hanya akan menysasar segmen tertentu dan berisiko mengabaikan pendengar umum. Oleh karena itu, tim produksi berusaha menyusun materi yang bersifat umum, segar, dan relevan dengan kondisi saat ini agar tetap menjangkau pendengar dari berbagai latar belakang secara merata. Tidak hanya itu Pemilihan tema siaran dalam program “*Bogor In The Morning*” tidak dilakukan secara acak, melainkan melalui proses seleksi yang mempertimbangkan unsur aktualitas, daya tarik, serta kemungkinan tema tersebut dikembangkan dari berbagai sudut pandang. Hal ini juga di jelaskan Kembali oleh Noverina Dwi Hermilenia pada wawancaranya 05 Mei 2025, yang menyatakan bahwa:

“Oke tadi bahas tema juga kalo di bogor in the morning sendiri dari jam 9 sampai jam 10 pagi Kalau untuk seleksinya Biasanya kalau Bogor in the morning sendiri sukanya tentang berita yang aktual yang baru mungkin kita punya toleransinya itu di dua atau tiga hari ke belakang Gitu dan yang kedua adalah seleksinya adalah berita itu menarik gitu jadi menarik untuk dibahas dari sudut pandang yang lain gitu dan itu yang nantinya dijadikan eee mind mapping ya dari satu highlight berita itu biasanya kita akan melakukan mind mapping menjadi sub-sub yang apa ya yang bisa dijadikan pilihan untuk menjadi tema gitu ya Dan nanti kita akan pilih yang paling menarik dan bisa dijawab dengan general oleh semua orang gitu”.

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa proses seleksi tema dalam program “*Bogor In The Morning*” mempertimbangkan tiga aspek utama: aktualitas berita (maksimal 2-3 hari ke belakang), potensi bahasan dari sudut pandang berbeda, serta keluwesan topik agar bisa dijawab secara umum oleh pendengar. Teknik *mind mapping* digunakan untuk menggali berbagai kemungkinan pengembangan dari satu berita utama, lalu dipilih subtema yang paling menarik dan komunikatif. Strategi ini bertujuan agar diskusi tetap relevan, hidup, dan mampu mengundang partisipasi aktif dari audiens.

Dalam menentukan bagian mana dari realitas sosial yang akan ditekankan (*highlight*) atau justru dikecilkan perannya dalam siaran, tim produksi “*Bogor In The Morning*” menggunakan sejumlah indikator sebagai acuan. Beberapa indikator utama yang diperhatikan meliputi keterkaitan langsung isu tersebut dengan kehidupan masyarakat lokal, kandungan nilai edukatif, potensi isu tersebut untuk memicu keterlibatan atau respons dari pendengar, serta sejauh mana topik tersebut dapat dikembangkan menjadi sajian yang ringan, komunikatif, dan tidak memberatkan. Jika sebuah isu dinilai terlalu kompleks, sensitif, atau berpotensi menimbulkan perdebatan negatif, maka porsinya akan diminimalkan atau dikemas secara netral dan informatif agar tetap dapat disampaikan tanpa memicu kesalahpahaman. Pendekatan ini menunjukkan bahwa tim produksi tidak hanya bertanggung jawab terhadap isi informasi yang disampaikan, tetapi juga terhadap dampak komunikasi yang ditimbulkan kepada audiens. Dhani Ramdhani selaku *Station Manager* menyampaikan perihal indikator yang digunakan untuk menonjolkan atau mengecilkan bagian tertentu dari realitas sosial di Program

“*Bogor In The Morning*” pada wawancaranya yaitu 05 Mei 2025, yang mengatakan bahwa:

“Indikator nya sebenarnya satu yaitu segmen radio segmen radio kisi itu adalah anak muda dan dewasa muda Itu sebuah indikator jelas nih kita semua bahasan buat tema Oh ini bisa masuk di dewasa dan dewasa muda Oke tapi ini nggak bisa masuk untuk anak-anak itu pasti nggak mungkin tapi kalau ini ada nih bisa masuk untuk yang lebih dewasa orang tua ya kan kita segmennya sih dewasa muda atau berjiwa muda tapi tetap ini ada segmen apa ada info yang bisa masuk ke orang dewasa kita lihat lagi disiarkannya kapan di jam-jam yang rawan anak muda ya anak kecil mendengarkan anak muda boleh mendengarkan tapi anak kecil jangan mendengarkan Itu kan ada jam-jam tertentu Nah itulah salah satu indikasinya ini bahasan nggak cocok untuk anak kecil ya itu jangan di bahas”.

Pernyataan tersebut menegaskan bahwa pemilihan topik tidak hanya didasarkan pada nilai aktualitas atau daya tarik isu, tetapi juga pada kepatuhan terhadap batas usia pendengar yang ditargetkan. Jika topik dianggap tidak sesuai untuk dikonsumsi oleh anak-anak, terlebih jika disiarkan di waktu-waktu rawan, maka isu tersebut akan dieliminasi atau diolah ulang. Dengan begitu, tim produksi memastikan bahwa konten yang disampaikan tetap relevan, aman, dan sesuai dengan etika penyiaran publik. Dalam dunia penyiaran, terutama pada media seperti radio, pembentukan realitas sosial tidak semata-mata ditentukan oleh fakta-fakta yang disampaikan, melainkan juga oleh bagaimana fakta tersebut dipilih, dikemas, dan disampaikan. Proses ini melibatkan pertimbangan etis dan strategis, terutama ketika menyangkut topik-topik yang dapat memengaruhi cara pandang publik secara luas. Hal ini kemudian dipertegas Kembali oleh Deira Yunitika Puradiredja selaku penyiar pada Program *Afternoon Delight* pada 05 Mei 2025 yang menyatakan bahwa:

“Bicara soal realitas sosial sebenarnya Bisa sangat luas dan kompleks juga nah untuk menonjolkan atau mengecilkan bagian tertentu dari realitas sosial Biasanya kita ini menggunakan indikator sosial nah ini tuh bisa berupa data narasi atau bahkan simbol-simbol tertentu. misalkan Media bisa memilih untuk lebih sering memberitakan kasus kejahatan dibanding keberhasilan warga, jadi nantinya ini tuh bisa membuat kesan pendengar di luar sana tuh makin ngerasa tidak aman padahal belum tentu juga begitu secara keseluruhan. Jadi ada indikator yang dipilih siapa yang dikasih panggung bicara atau dari sudut pandang mana sebuah peristiwa ini diceritakan supaya itu semua bisa sangat mempengaruhi bagaimana kita melihat realitasnya jadi dengan kata lain realitas sosial ini nggak cuma soal fakta tapi juga soal Siapa yang menyampaikan dan Gimana cara menyampaikannya dan di dunia radio kisi ini kita ini menghindari hal-hal yang menyinggung pemerintahan, isu soal sara, isu-isu sensitif tentang negara sendiri”.

Pernyataan ini memperkuat bahwa dalam praktiknya, media penyiaran seperti radio tidak hanya bertindak sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pembentuk persepsi sosial. Oleh karena itu, pemilihan dan pengemasan informasi

dilakukan dengan sangat hati-hati, bukan sekadar untuk menyampaikan fakta, tapi juga untuk menjaga agar narasi yang dibangun tidak menimbulkan kesalahpahaman, keresahan, atau memicu ketegangan publik, khususnya dalam konteks isu-isu sensitif. Prinsip kehati-hatian ini menjadi bagian penting dari tanggung jawab media terhadap masyarakat.

Namun sebelum topik disampaikan ke pendengar, biasanya dilakukan brainstorming atau diskusi ringan di antara tim produksi. Tujuannya adalah untuk menyepakati narasi akhir dari konten yang akan disampaikan. Untuk menjamin bahwa materi siaran tetap aman, berimbang, dan tidak menyinggung pihak tertentu, diperlukan proses diskusi internal yang matang di antara tim. Salah satu langkah penting dalam proses ini adalah sesi brainstorming, yang menjadi ruang untuk menyaring ide dan menilai kelayakan sebuah narasi sebelum ditayangkan ke publik. Hal ini dijelaskan oleh Rendi Almonrista selaku *Program Director* dan penyiar di Program “*Bogor In The Morning*” pada 05 Mei 2025, yang menyatakan:

“Brainstorming pasti ada sih, apalagi program director dan siaran juga pasti ada prosesnya juga, apa namanya ini narasi kita aman ga ya sebagai media, kita harus tetep berimbang kan dan gaboleh berpihak kita juga gaboleh kelewat batas gitu kan Gue juga ngambil siaran Coba ugal-ugalan Mungkin gitu jadi pastinya ada brainstorming ada diskusi gitu apalagi kadang suka sembarangan supaya yang danger juga nyaman Jadi nggak ada informasi atau kalimat-kalimat yang gua bawain atau nove bawain itu menyinggung apa namanya kaum kaum tertentu kayak mereka berpikir ini mah sara deh, jadi supaya nanti terasa kompak Iya kan karena nanti juga masih disepakati jangan supaya nanti belang banget”.

Dari kutipan tersebut, terlihat jelas bahwa aspek kehati-hatian dan profesionalisme menjadi landasan penting dalam penyusunan naskah dan pengambilan keputusan redaksional. Diskusi dan penyamaan persepsi antar penyiar dan tim produksi menjadi bentuk tanggung jawab etis untuk menjaga agar siaran tetap nyaman di telinga semua kalangan, tidak berpihak, dan tetap menjaga nilai-nilai kebhinekaan serta kesantunan dalam berkomunikasi. Pentingnya proses ini juga dikonfirmasi oleh Noverina Dwi Hermilenia, salah satu penyiar program “*Bogor In The Morning*”, yang menyampaikan bahwa sesi brainstorming sangat diperlukan, terutama dalam format siaran tandem yang menuntut kekompakan dan keselarasan antara penyiar. Pada wawancaranya 05 Mei 2025, Ia menyatakan:

“Kalau misalnya brainstorming sebelum dibacakan itu ada banget ya karena kita juga atau gue sendiri juga siarannya tandem dan tentunya dalam siaran tandem itu di Bogor in the morning butuh kekompakan juga ya ini perlu untuk proses brainstorming sebelum dibacakan ya tentunya untuk kekompakan dan Nantinya juga akan berimpact kepada kenyamanan pendengar juga”.



Gambar 4. 8 *Brainstorming* Informasi
Sumber: Data Primer

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa brainstorming dalam proses siaran tidak hanya berfungsi sebagai kontrol kualitas isi, tetapi juga sebagai bentuk koordinasi tim agar pesan yang disampaikan menjadi utuh, tidak membingungkan, dan tetap nyaman didengar. Proses ini mencerminkan komitmen tim siaran untuk menjaga profesionalisme, sensitivitas sosial, serta menghadirkan informasi secara menarik dan bertanggung jawab.

Proses ini juga didukung oleh tahap penyaringan dan pendalaman informasi, di mana informasi yang sudah dikumpulkan akan ditelusuri ulang ke sumber-sumber resmi atau media yang kredibel. Penyaringan ini bertujuan untuk memastikan bahwa informasi yang ditampilkan tidak hanya benar secara faktual, tetapi juga memiliki makna sosial yang membangun perspektif tertentu sesuai karakter program. Hal ini dijelaskan lebih lanjut oleh Rendi Almonrista yang menekankan pentingnya keseimbangan antara daya tarik dan relevansi topik. Pada wawancaranya 05 Mei 2025, Ia mengatakan bahwa:

“Pokoknya kita cari informasi lalu di akulturasi dulu kira kira yang satu isunya penting yang satu isunya menarik, gacuma menarik tapi relevan juga karena percuma kalopun menarik tapi ga relevan”.

Pernyataan ini sekaligus mempertegas bahwa proses seleksi topik siaran sangat mempertimbangkan siapa audiens yang akan menerima pesan tersebut. Relevansi terhadap konteks lokal, latar belakang sosial pendengar, serta kesesuaian bahasa dan pendekatan menjadi indikator penting dalam menentukan apakah suatu isu layak dibahas atau justru sebaiknya disingkirkan. Dengan prinsip ini, radio tidak hanya menjadi penyampai informasi, tetapi juga kurator realitas sosial yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kenyamanan pendengarnya.

Tim juga menyediakan ruang diskusi terbuka dalam menentukan bagaimana suatu isu dikemas sebelum disiarkan. Diskusi ini melibatkan pemilihan sudut pandang, gaya penyampaian, serta durasi pembahasan. Dengan demikian, setiap isu

yang dibawa ke siaran bukan hanya sekadar informasi, tetapi juga merupakan hasil konstruksi kolektif yang telah melalui pemikiran strategis dan pertimbangan editorial. Hal ini juga dikonfirmasi oleh Noverina Dwi Hermilena, selaku *Music Director* sekaligus penyiar Radio KISI 93.4 FM 05 Mei 2025, yang menyampaikan bahwa:

“Ada tentunya tentunya apa namanya ruang diskusi Ya itu salah satu juga untuk brainstorming kayak yang tadi ya kalau kita punya beberapa topik siaran dan itu nanti akan dibrainstorming di ruangan itu untuk kesepakatan bersama”

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa ruang diskusi dan brainstorming bukan hanya menjadi formalitas dalam proses produksi, tetapi merupakan elemen penting yang memungkinkan seluruh tim berkontribusi secara aktif. Melalui proses ini, setiap konten yang disampaikan menjadi lebih matang, terarah, dan selaras dengan tujuan siaran, sekaligus meminimalisir potensi kesalahan atau penyampaian yang kurang tepat. Menambahkan hal tersebut, Rendi Almonrista, selaku *Program Director* dan penyiar Radio KISI 93.4 FM, pada wawancaranya 05 Mei 2025, menegaskan bahwa budaya kerja di lingkungan radio ini memang didasarkan pada kolaborasi dan keterbukaan:

“Pasti ada, pastikan Tiap kepala juga kan beda beda kan pasti kan karena memang budayanya disini ini agak santai maksudnya ada teamwork jadi semuanya ada diskusi jadi kita kerjanya ga sendiri sendiri walaupun memang ada beberapa jobdesk yang dikerjain sendiri tapi kan kalo dengan budaya kerja kayak kerja kita kan penuh dengan diskusi mulai dari yang penting hingga yang tidak penting”.

Pernyataan ini menunjukkan bahwa kerja tim dan diskusi adalah fondasi utama dalam proses penyiaran di Radio KISI. Meskipun beberapa tugas bersifat individu, proses kreatif dan penyusunan siaran tetap bersifat kolektif agar hasilnya lebih tajam, relevan, dan tidak keluar dari nilai-nilai yang dijunjung oleh tim penyiaran.

b) Mengemas Realitas Simbolik

Dalam teori konstruksi sosial media massa menurut Armawati Arbi, setelah realitas subjektif terbentuk melalui seleksi dan pendalaman informasi, tahap selanjutnya adalah mengemas realitas simbolik. Pada fase ini, tim produksi tidak sekadar menyampaikan pesan, melainkan mengolah realitas yang telah dipilih menjadi paket siaran yang komunikatif, menarik, dan penuh makna simbolik. Proses ini menciptakan penanda khas yang membuat program dapat dikenali, diterima, dan bahkan diidentifikasi oleh pendengarnya.

Dalam program *“Bogor In The Morning”*, proses pengemasan realitas simbolik dilakukan melalui perpaduan antara unsur informasi dan hiburan yang dirancang secara sadar oleh tim produksi. Siaran tidak hanya menyampaikan berita lalu lintas atau cuaca, tetapi juga dikemas dengan gaya bahasa ringan, musik yang aktual, dan sentuhan humor dari penyiar. Misalnya, penyampaian informasi kemacetan tidak diucapkan secara kaku, tetapi dibalut dengan komentar segar, lagu upbeat, atau efek suara yang khas, sehingga informasi terasa lebih mudah diterima tanpa menimbulkan ketegangan bagi pendengar yang sedang berkendara. Strategi ini menunjukkan bahwa tim tidak hanya fokus menyampaikan fakta, melainkan

juga mempertimbangkan kenyamanan dan daya serap audiens dalam menerima informasi. Oleh karena itu, keseimbangan antara konten informatif dan hiburan menjadi kunci utama dalam format siaran ini. Hal tersebut turut diperkuat oleh pernyataan Rendi Almonrista, selaku *Program Director* dan penyiar Radio KISI 93.4 FM pada wawancaranya 05 Mei 2025, yang menyatakan bahwa:

“Mungkin kalo bahasa gua ya 50-50 gitu satunya informasi satunya improvisasi ya Yang paling sebagai media kita kan gaboleh Menghilangkan intisari berita tersebut jadi tetep disampein tapi ada unsur hiburannya juga hiburannya datang dari ya bercandaannya gue sama nove gitukan mungkin dari angle-angle sudut pandang dari nove dalam melihat fenomena tersebut jadi supaya dalam satu paket siaran informasi yang sampai itu tuh gampang ke kunyah sama pendengar”.

Pernyataan ini diperkuat oleh Noverina Dwi Hermilenia selaku Music Direcrot dan penyiar 05 Mei 2025, yang menjelaskan bahwa hiburan dalam siaran sering kali muncul secara spontan sebagai respons personal terhadap isi berita. Dalam format *“Bogor In The Morning”*, setelah penyiar menyampaikan informasi, mereka diberi ruang untuk memberikan sudut pandang pribadi yang bisa bersifat menggelitik atau unik, sehingga menciptakan dinamika yang menghibur.

“Oke kalau unsur informasi dan hiburan dalam satu paket siaran sebenarnya untuk untuk hiburannya sendiri itu sebenarnya terkadang munculnya itu dari spontanitas si penyiar gitu ya entah karena informasi yang kita bacakan itu memunculkan sudut pandang yang lain di pikiran penyiar masing-masing gitu ya jadi apa namanya biasanya dikeluarkannya seperti itu Nah jadi kayak formatnya kalau Bogor ini morning kita brigging kita memberikan informasi nah baru kita eee memberikan sudut pandang dari kita masing-masing gitu nah baru kadang kita sudut pandangnya tuh agak aneh dan menggelitik gitu makanya hiburannya terkadang aku rasa disitu gitu”.

Dari kedua penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kekuatan utama dalam pengemasan realitas simbolik di program *“Bogor In The Morning”* terletak pada kemampuan tim untuk menjaga keseimbangan antara akurasi informasi dan kreativitas penyampaian. Hiburan bukan sekadar pelengkap, melainkan medium untuk memperkuat keterhubungan antara pesan dan pendengar. Dengan menyatukan struktur editorial yang terencana dan spontanitas penyiar yang terlatih, program ini berhasil membentuk siaran yang informatif sekaligus menyenangkan untuk didengar.

Untuk memperkuat identitas siaran dan memperdalam kesan simbolik yang ingin dibangun, program *“Bogor In The Morning”* juga secara sadar menghadirkan simbol-simbol khas yang membedakan dirinya dari program lain di Radio KISI 93.4 FM. Simbol ini bukan hanya hadir dalam bentuk visual atau teks, tetapi juga melalui elemen audio yang khas dan konsisten, seperti jargon, background, jingle, hingga efek suara (*sound effect/SFX*) yang secara berulang digunakan dalam setiap segmen siaran. Kehadiran elemen-elemen ini tidak hanya memperkuat branding program, tetapi juga membantu menciptakan kedekatan emosional antara penyiar dan pendengar. Noverina Dwi Hermilenia, salah satu penyiar *“Bogor In The*

Morning” sekaligus *Music Director* pada wawancaranya 05 Mei 2025, menjelaskan bahwa program ini memang memiliki gaya khas yang menjadi pembeda utama dari program lain.

“Kalau misalnya bogor in the morning dengan dengan program lainnya tentunya ada ya untuk gaya khasnya Khusus yang hanya bisa diputarkan di Bogor In the morning aja seperti jingle juga ada jingle program terus expose-nya juga terkhusus gitu ya kalau misalnya BITM tadi kayak backsoundnya terus Sfx ya ada efek suara juga yang dipakai juga di Bogor in the morning dan itu hanya dipakai di Bogor in the morning aja dan berbeda dengan program yang lainnya gitu”.

Konsistensi dalam penggunaan simbol-simbol siaran seperti bumper, backsound, dan efek suara juga diakui sebagai bagian penting dalam membangun karakter program oleh pihak manajemen radio. Tidak hanya sebatas gaya, unsur-unsur ini dinilai memiliki fungsi strategis dalam memudahkan pendengar mengenali program sejak awal, sekaligus menciptakan nuansa yang sesuai dengan isi siaran. Hal ini ditegaskan oleh Dhani Ramdhani pada 05 Mei 2025 selaku *Station Manager* Radio KISI 93.4 FM, yang menyebut bahwa penggunaan elemen audio khas seperti opening bumper dan backsound sudah menjadi bagian dari tradisi penyiaran radio yang tetap dipertahankan hingga sekarang.

“sekarang sih masih ada gitu walaupun sebenarnya Emang itu sepertinya wajib itu kan karena dari dulu itu seperti ada bumper opening Setiap program berbeda gitu kan terus backsound siaran juga beda jad orang juga dengar kalo backsound nya ini oh dia di acara A backsoundnya ini acara B, Suara efek atau apa dilihat dari programnya juga dulu ada suara efek dari pakai alat efek gitu kan karena itu menyesuaikan dengan kontennya jadi ada suara chipmunk Misalkan itu dilihat dari kebutuhan program sih”.

Pernyataan ini memperkuat bahwa keberadaan simbol audio seperti jingle, SFX, dan backsound bukan sekadar ornamen, tetapi bagian dari strategi identitas program yang juga mempertimbangkan kebutuhan konten. Dengan begitu, unsur hiburan dan informasi yang dikemas dalam satu paket siaran dapat semakin hidup dan terasa menyatu bagi para pendengar.

Selain menjadi identitas program, musik dan narasi juga dimanfaatkan secara strategis untuk membentuk kesan tertentu terhadap konten yang dibawakan dalam program *Bogor In The Morning*. Musik tidak hanya digunakan sebagai elemen pengisi jeda, melainkan berperan sebagai pendukung emosi dan suasana yang ingin dibangun oleh penyiar. Dengan pemilihan musik yang tepat baik itu lagu yang enerjik untuk pagi hari atau backsound lembut saat membawakan berita sensitif keseluruhan siaran menjadi terasa lebih hidup dan menyatu. Noverina, salah satu penyiar sekaligus *Music Director* dalam program ini, menjelaskan bahwa penggunaan musik dan narasi yang tepat dapat meningkatkan kenyamanan sekaligus keterlibatan pendengar.

“Oke kalau musik dan narasi untuk kesan tertentu terhadap konten yang dibawakan sebenarnya menurut gue kalau musik atau yang tadi lah dia yang ciri-ciri khas itu ya membuat atau membentuk kesan tertentu itu tuh

bisa menambah sebagai pendukung narasi yang kita bacakan sih menurut gue kayak eee mungkin juga membuat kesan siaran dinamis tidak monoton gitu ya kayak mmm karena gua udah pernah merasakan juga siaran enggak pakai backsound dan yang lainnya tuh kayak sepi banget gitu”.

Pemilihan musik dan gaya narasi bukan dilakukan secara sembarangan, melainkan disesuaikan dengan isi dan nuansa topik yang disampaikan. Hal ini menunjukkan bahwa unsur hiburan dalam siaran radio tidak mengurangi nilai informatif, melainkan justru memperkuat daya tarik konten serta memperluas daya jangkau emosi pendengar. Pentingnya atmosfer dalam siaran radio juga menjadi perhatian utama bagi tim produksi *“Bogor In The Morning”*. Siaran radio bukan sekadar menyampaikan informasi secara verbal, tetapi juga menyuguhkan suasana yang khas agar pendengar merasa benar-benar “hadir” dalam pengalaman mendengarkan yang dinamis. Dalam konteks ini, musik berperan bukan hanya sebagai latar, melainkan sebagai elemen yang menghidupkan suasana dan memperkuat narasi. Pernyataan ini dipertegas oleh Rendi Almonrista pada 05 Mei 2025 selaku penyiar sekaligus *Program Director* pada program ini, yang menjelaskan bagaimana *vibe* siaran dibangun melalui musik dan penyampaian yang disesuaikan dengan waktu dan karakter program:

“Berarti kan untuk mendukung narasi kita bawa gitu mungkin lebih ke suasananya aja kali ya suasananya gitu sore soalnya juga pakai backsoundnya lagu setelah eh lagu yang udah diputar bisanya dia ngomong di atas lagu kemudian itu tadi balik lagi karena Kalau kosong banget kan bukan podcast gitu kan siaran radio kita harus terasa radionya banget juga gitu terus siaran juga agak sedikit apa ya jadinya dinamis lagi tuh kayak gitu-gitu doang enggak ngomong gitu kan mungkin kayak berita mungkin itu juga sebagai medianya bukan yang news banget gitu sih”.

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa suasana dalam siaran *Bogor In The Morning* sengaja dibentuk melalui kombinasi narasi dan musik agar tetap terasa seperti siaran radio yang khas bukan seperti podcast atau berita kaku. Hal ini dilakukan agar informasi tersampaikan dengan lebih ringan, namun tetap berkarakter dan sesuai dengan selera serta ekspektasi pendengar muda dan dewasa muda. Pendekatan ini menjadikan program tidak hanya informatif, tetapi juga menghibur dan relevan secara emosional.

Dalam praktik penyiaran *“Bogor In The Morning”*, tim produksi senantiasa berupaya menciptakan keseimbangan antara elemen informasi dan hiburan. Tujuannya adalah agar siaran tidak hanya informatif, tetapi juga menarik dan menyenangkan untuk disimak oleh pendengar. Strategi utama yang diterapkan adalah melalui pengaturan komposisi waktu antara narasi dan musik, di mana musik tidak hanya menjadi pelengkap, tetapi juga berfungsi sebagai elemen penyegar dan penyeimbang suasana. Dhani Ramdhani, selaku *Station Manager* pada 05 Mei 2025, menjelaskan bahwa tren kebiasaan mendengarkan radio telah berubah, sehingga penyusunan format siaran pun harus menyesuaikan:

“Formulanya sih komposisi. komposisi musik sama informasi itu berapa banyak seperti contoh misalkan dalam satu jam keutuhan acara kalau diformat lagu itu misal bisa sampai 10 lagu ya yang disiapin untuk

narasi on airnya atau penyiar itu sekali on air itu maksimal 3-5 menit jadi masih lebih banyak durasi lagunya gitu kan untuk menghilangkan kebosanan untuk mendengarkan radio Biasanya sih di apa namanya penyeimbangannya untuk saat ini karena tren radio udah berubah kalau dulu orang itu suka dengar penyiar dengerin radio itu dengerin siaran 15 menit penyiar ngomong masih mau didengerin Nah kalau sekarang udah beda 5 menit aja Udah orang udah males langsung pindah karena lebih fokusnya bukan penyiarnya kalau sekarang”.

Pernyataan ini memperlihatkan bahwa penyiar tidak lagi menjadi pusat utama seperti dulu, melainkan bagian dari keseluruhan ekosistem hiburan dan informasi dalam siaran. Maka dari itu, lagu-lagu dengan tempo tertentu, backsound tematik, serta narasi yang ringkas dan padat menjadi pilihan utama dalam menyusun program. Gaya ini tidak hanya membuat siaran lebih dinamis, tetapi juga menjaga perhatian pendengar agar tidak mudah bosan atau berpindah saluran.

Selain itu dalam penyusunan siaran *Bogor In The Morning*, menjaga keseimbangan antara informasi dan hiburan menjadi prinsip utama yang dipegang oleh tim produksi. Siaran tidak hanya berfungsi sebagai sarana menyampaikan berita, tetapi juga sebagai ruang hiburan yang ramah dan menghibur bagi pendengar pagi hari. Namun, penting untuk dicatat bahwa porsi hiburan tidak boleh sampai menenggelamkan esensi informatif dari siaran. Hal ini ditegaskan oleh penyiar Program *Afternoon Delight* Deira Puradiredja pada wawancaranya 05 Mei 2025, yang menyampaikan bahwa keseimbangan tersebut harus benar-benar dijaga agar nilai informasi tidak hilang:

“Jadi memang harus ada informasi ada hiburannya juga tapi jangan sampai informasinya itu hilang jadi jangan sampai 90% lebih ke hiburan informasi cuma 10% gitu Jadi kalau bisa balance dan highlight si berita yang disampein atau informasi yang disampein itu harus tetap ada itu jadi hiburan sih tetap liburan tapi jangan sampai menghilangkan inti dari obrolan yang mau di sampein”.

Kesimpulannya, keseimbangan informasi dan hiburan dalam “*Bogor In The Morning*” bukan hanya soal proporsi waktu, melainkan tentang menjaga esensi pesan yang ingin disampaikan. Hiburan menjadi kendaraan yang memperhalus narasi, namun tidak mengaburkan substansi. Pendekatan ini memastikan bahwa siaran tetap relevan, menyenangkan, dan memiliki bobot yang jelas sebagai media informasi.

Respons pendengar terhadap berbagai elemen simbolik seperti slogan, jargon, maupun format tetap dalam *Bogor In The Morning* tergolong positif dan menjadi bagian penting dalam pengalaman mendengarkan mereka. Elemen-elemen ini tidak hanya membantu pendengar mengenali identitas program secara instan, tetapi juga menciptakan ikatan emosional yang membuat mereka terus kembali setiap hari. Simbol-simbol khas tersebut berfungsi sebagai penanda yang memperkuat kesan dan keunikan siaran, sehingga bukan hanya informasi yang diingat, melainkan keseluruhan nuansa dan karakter program. Menurut Rendi Almonrista selaku penyiar sekaligus *Program Director* pada wawancaranya 05 Mei 2025, pendengar

cukup peka terhadap elemen-elemen tersebut, terutama dalam hal musik dan format siaran:

“Ada sih pasti ada orang mendengar mungkin kayak elemen simbolik mungkin seperti backsound terkait hal positif atau negatif gitu ya, kayak misalkan contoh, sorry tadi backsoundnya kekencengan, gua ga denger informasi yang disampein tapi gua lebih kedengeran suara sabrina carpenter gitu contohnya ni yang nyampein berita sabrina atau deira misalkan gitu. Ada format terus juga mungkin apa namanya ada format tetap itu tuh Tadi itu yang format tetap itu kayak lagu Kita kan memang kalau misalkan tahun kita kan enggak mungkin lagu-lagu yang lama ya Adapun komposisinya sedikit gitu nah itu juga jadi tuh kalau ada respon kayak saya mau request lagunya WR Supratman dong gitu kan kita enggak ada, karena memang lagu kita secara format 2 1, 2 mancanegara 1 indonesia, Jadi disesuaikan gitu biasanya kita udah ngasih tahu juga kayak format request bahwa namanya siapa Kemudian dari mana Dan request-nya kalau bisa lagu-lagu baru itu juga kan ada formatnya dari kita gituuu”.

Keberadaan simbol-simbol khas seperti jargon, backsound, dan format lagu yang konsisten mampu meningkatkan daya ingat dan loyalitas pendengar. Hal ini menunjukkan pentingnya pengelolaan elemen simbolik sebagai bagian dari strategi komunikasi untuk membangun hubungan yang kuat antara program radio dan audiensnya. Format yang konsisten dan jelas, khususnya dalam pemilihan musik, menjadi salah satu faktor utama yang diapresiasi oleh pendengar. Mereka tidak hanya mengenali pola musik yang disajikan, tetapi juga menyesuaikan ekspektasi mereka terhadap siaran berdasarkan format yang sudah ditetapkan. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Noverina Dwi Hermilenia selaku penyiar sekaligus Program Director pada 05 Mei 2025, yang menyatakan bahwa:

“Kalau memberikan respon seperti format tetap ya kayak kita formatnya musiknya semua hits dan di kisi fm Bogor sendiri format musik itu ada namanya 2,1 yaitu dua mancanegara dan satu Indonesia dan setelah mendengar tahu bagaimana format musik di kisi fmgitu ya dan itukan format tetap gitu ya tapi pendengar juga memberikan respon dengan Bagaimana dengan kalau misalnya request eee mereka tetap mengikuti dengan format tetap yang sudah kita tetapkan gitu”.



Gambar 4. 9 Format Lagu
Sumber: Data Primer

Dari pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa pendengar tidak hanya pasif menerima siaran, tetapi aktif menyesuaikan preferensi dan permintaan mereka dengan aturan dan format yang berlaku. Hal ini menunjukkan adanya komunikasi dua arah yang efektif dan keterlibatan audiens yang tinggi dalam program. Kesimpulannya, elemen simbolik seperti slogan dan format musik yang konsisten tidak hanya memperkuat identitas program tetapi juga membangun interaksi yang positif dengan pendengar. Respon yang diterima dari audiens membuktikan bahwa format yang terstruktur mampu menciptakan keterikatan dan loyalitas, sekaligus menjaga kualitas siaran tetap terjaga sesuai standar yang diinginkan.

3. Pasca Produksi

Tahap pasca-produksi dalam proses produksi program “*Bogor In The Morning*” bukan sekadar tahapan teknis yang bersifat administratif, melainkan merupakan proses penting dalam menilai dan menetapkan realitas objektif dari program yang telah disiarkan. Dalam perspektif konstruksi sosial media massa menurut Armawati Arbi, penetapan realitas objektif merupakan tahap di mana media mengevaluasi dan mengafirmasi konstruksi realitas yang telah dikemas dalam bentuk simbolik, guna melihat sejauh mana realitas tersebut diterima dan berdampak pada audiens.

Setiap usai siaran, tim produksi melakukan refleksi dan evaluasi internal terhadap pelaksanaan program yang baru saja ditayangkan. Proses ini bersifat rutin dan dilakukan secara informal, namun tetap sistematis. Evaluasi mencakup berbagai aspek mulai dari kesesuaian isi siaran dengan rundown, efektivitas penyampaian informasi, kualitas interaksi dengan pendengar, hingga respon audiens yang masuk melalui berbagai kanal komunikasi seperti WhatsApp dan media sosial.

a) Menetapkan Realitas Objektif.

Sebagai bagian dari 55ak a mempertahankan kualitas siaran, program “*Bogor In The Morning*” memiliki mekanisme evaluasi berkala terhadap isi dan pelaksanaan program. Evaluasi ini dilakukan secara informal maupun formal, baik secara harian setelah siaran berlangsung maupun dalam rapat evaluasi mingguan

atau bulanan. Evaluasi bertujuan untuk melihat sejauh mana isi program berjalan sesuai rencana, serta mengevaluasi efektivitas penyampaian informasi kepada pendengar. Dhani Ramdhani selaku *Station Manager* pada wawancaranya 05 Mei 2025 menjelaskan bahwa meskipun intensitas evaluasi formal seperti *monthly meeting* saat ini mulai jarang dilakukan, prinsip evaluasi tetap dijalankan secara berkala, dengan rentang waktu tertentu yang disesuaikan dengan kebutuhan:

“Biasanya ada evaluasi mekanisme apa mekanisme berkala dulu itu biasanya dulu itu kita punya moonlymeeting dengan walaupun Sekarang memang lagi jarang sih ya moonlymeeting kita ngebahas tuh setiap program dari situ evaluasinya Seperti apa evaluasi yang utama sih bisa setelah 3 bulan, moonly meeting hanya evaluasi kecil kecilan, nah udah 3 bulan baru kita evaluasi tuh, nih programnya gini giniresponnya Seperti apa gitu kan dari situ”.

Pernyataan ini menunjukkan bahwa tim produksi bersikap adaptif terhadap performa siaran. Jika suatu segmen dinilai tidak menarik atau kurang diminati, maka akan segera diganti tanpa menunggu waktu terlalu lama. Evaluasi dilakukan tidak hanya untuk menilai konten, tetapi juga untuk memantau bagaimana segmen-segmen tertentu diterima oleh pendengar. Pernyataan juga ini dikuatkan oleh Rendi Almonrista selaku *Program Director* pada wawancaranya 05 Mei 2025 yang menambahkan bahwa evaluasi tersebut dilakukan sebanyak empat kali dalam setahun dan mencakup berbagai aspek siaran:

“Ada 3 bulan sekali karena dalam satu tahun ada empat kali evaluasi di kita gitu ya macam-macam evaluasinya dari isi programnya ada segmen segmen program mungkin yang kayak kurang relevan, selalu ada”.



Gambar 4. 10 Tahap Evaluasi
Sumber: Data Primer

Hal ini menandakan bahwa proses evaluasi dilakukan secara rutin dan menyeluruh. Tidak hanya untuk menilai performa teknis atau keefektifan penyampaian, tetapi juga untuk melihat kesesuaian konten dengan perkembangan zaman dan kebutuhan pendengar. Mekanisme evaluasi dalam *Bogor In The*

Morning berperan penting sebagai upaya penyempurnaan berkelanjutan. Evaluasi dilakukan secara berkala dan strategis, memungkinkan tim untuk melakukan penyesuaian yang cepat dan relevan terhadap isi siaran, sehingga program tetap dinamis, responsif, dan berdaya saing di tengah perubahan preferensi audiens radio masa kini.

Hasil dari proses evaluasi bukan sekadar catatan administratif, tetapi menjadi acuan penting dalam pengembangan program ke depan. Evaluasi digunakan untuk menilai daya tarik setiap segmen, efektivitas penyampaian informasi, hingga relevansi topik dengan karakter pendengar di pagi hari. Jika ditemukan bahwa suatu segmen kurang diminati atau terasa terlalu berat, maka tim akan melakukan penyesuaian format, konten, atau pendekatan penyajiannya agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan ritme audiens. Menurut Dhani Ramdhani dalam wawancaranya pada 05 Mei 2025, evaluasi memberikan ruang reflektif bagi tim produksi untuk melihat apa yang sebelumnya tidak disadari:

“Ya itulah evaluasi kan menjadi sebuah analisa buat kita bisa mendapatkan hal-hal yang kita nggak sadari karena basicnya orang-orang radio itu feeling ya, ah yang dengerin kisi banyak ko tapi nggak ada data ya kan, nah sekarang dengan adanya evaluasi itu dengan melibatkan pendengar pastinya, nih segmen ini nih ko yang sms atau yang wa dikit banget yang respon, ya itu berarti program atau segmennya Apa namanya nggak bagus Nah kita cari yang paling minimal bagusnya gitu kan mungkin ada yang lebih bagus ini ya kita gimana usahain biar semuanya jadi bagus dari hasilnya”.

Ini memperjelas bahwa evaluasi bukan hanya penilaian satu arah dari tim produksi, melainkan melibatkan partisipasi aktif dari pendengar. Masukan seperti jumlah tanggapan melalui WhatsApp atau interaksi terhadap segmen tertentu menjadi indikator nyata tentang kualitas dan keberhasilan siaran. Proses evaluasi tidak dilakukan secara sepihak, tetapi melibatkan berbagai elemen tim produksi—mulai dari penyiar, program director, music director, hingga teknisi. Evaluasi ini menjadi ruang kolaboratif di mana setiap pihak memberikan perspektif berdasarkan bidang tanggung jawabnya. Tujuannya adalah untuk menilai secara menyeluruh apakah program berjalan sesuai harapan, dan jika terdapat kekurangan, segera dilakukan perbaikan. Sebagaimana disampaikan oleh Noverina Dwi Hermilenia dalam wawancaranya pada 05 Mei 2025, selaku *Music Director* di Radio KISI 93.4 FM, yang menyatakan bahwa:

“Oke tentunya dari evaluasi itu kan juga melibatkan banyak-banyak apa ya banyak banyak tim gitu ya dari program director, music director dari penyiarnya bahkan dari ee dari yang teknisnya juga ya kan itu nanti untuk hasil evaluasinya tentunya akan dijadikan pelajaran dan untuk eee hasil evaluasi yang mungkin membuat ee kualitas kita ada ada impact-nya gitu”.

Pernyataan ini menekankan bahwa hasil evaluasi bukan sekadar kritik internal, tetapi menjadi dasar yang konkret untuk pengembangan siaran. Masukan dari berbagai posisi profesional di radio memperkaya sudut pandang terhadap masalah yang dihadapi, serta membuka jalan untuk inovasi yang lebih matang. proses evaluasi dalam *Bogor In The Morning* tidak hanya menyentuh aspek teknis atau konten semata, tetapi mencerminkan kerja kolektif dari seluruh tim untuk

menjaga kualitas siaran. Evaluasi menjadi titik tolak penting untuk mengambil keputusan yang berdampak langsung pada kenyamanan dan kepuasan pendengar, sehingga program tetap mampu menjawab ekspektasi audiens secara dinamis dan berkelanjutan.

Dalam mengevaluasi keberhasilan suatu program, manajemen tidak hanya mengandalkan satu aspek saja, melainkan mempertimbangkan sejumlah indikator strategis yang berkaitan langsung dengan efektivitas dan daya tarik siaran. Beberapa parameter utama meliputi keterlibatan pendengar yang bisa terlihat dari respons saat siaran berlangsung, konsistensi performa penyiar, relevansi topik dengan segmen audiens, hingga kualitas dalam menyampaikan informasi. Di samping itu, simbol-simbol siaran seperti jargon khas, gaya komunikasi, serta format tetap yang konsisten, juga menjadi tolok ukur karena menunjukkan kekuatan identitas program di benak pendengar. Namun, dalam perspektif manajerial, keberhasilan program juga ditinjau dari aspek komersial. Dalam wawancaranya pada 05 Mei 2025 Dhani Ramdhani selaku *Station Manager* menekankan bahwa:

“Manajemen itu menghasilkan uang itu bisa dibilang keberhasilan program karena program banyak pendengar terus juga bisa menghasilkan sponsor di dalam sebuah program itu kesuksesan sebuah program di media itu adalah itu. karena banyak pendengar pun kalau nggak ada yang beriklan di acara itu udah lewat kadang untuk saat ini Prime Time itu bisa dengan acara Bukan jam, Kalau dulu kan prime time itu adalah jam pagi sampe siang, sore sampe malem nah sekarang siangpun bisa jadi prime time kalo misalnya acaranya itu acara yang paling banyak diminati”.

Pernyataan ini memperluas pengertian mengenai keberhasilan program, tidak hanya dari segi kualitas isi atau interaksi dengan audiens, tetapi juga dari sisi komersialisasi. Ketika program berhasil menarik minat sponsor atau pengiklan, hal ini menjadi bukti bahwa acara tersebut memiliki nilai jual yang tinggi dan relevan dengan pasar. Jika pendapatan meningkat, itu berarti program tersebut berjalan dengan baik secara komersial. Selain itu, data dari AC Nielsen yang mencatat jumlah pendengar secara nasional juga menjadi parameter penting. Apabila posisi program atau stasiun konsisten berada di peringkat atas dalam survei pendengar, hal ini menandakan program memiliki daya tarik yang kuat. Tidak kalah penting adalah feedback langsung dari pendengar, yang diperoleh melalui interaksi seperti pengisian question box atau respon dalam segmen tertentu. Peningkatan angka partisipasi audiens merupakan tanda positif bahwa program mampu menjalin keterlibatan yang baik dengan pendengarnya. Terakhir, keberhasilan dalam mendapatkan sponsor dan kerja sama bisnis juga menjadi tolok ukur yang sangat berpengaruh, karena hal ini berkontribusi langsung terhadap peningkatan revenue radio. Menguatkan hal tersebut, Noverina Dwi Hermilenia dalam wawancaranya pada 05 Mei 2025, selaku Music Director menambahkan:

“Indikator kalau menurut manajemen untuk keberhasilan program tentunya adalah yang pertama sudah pasti dari revenue dari pendapatan radio gitu ya dari pendapatan radio kalo misalnya revenue nya naik itu sudah pasti dianggap keberhasilan program gitu ya and then indikator yang kedua adalah ac nilsen, ac nilsen itu adalah eee dia tuh kayak lembaga survei radio diseluruh indonesia yang eee apa ya dia tuh punya

data, data spesifik untuk sebulan misalnya kayak radio radio di indonesia tuh pendengarnya berapa gitu ya jadi kalo misalnya angka ac nilsen nya baik atau bahkan lebih better setiap bulannya itu di 10 besar ya, itu berarti indikator keberhasilan program juga, and then yang ketiga indikatornya adalah feedback dari pendengar gitu ya kita juga selalu evaluasi hasil dari inside inside pendengar yang masuk gitu ya dari menjawab question box dari yang memencet di segmen plin plan juga itu kalau misalnya angkanya meningkat berarti ada indikator keberhasilan program juga, and then yang terakhir adalah indikator keberhasilan adalah masuknya sponsor dan kerja sama yang tentunya ini juga ada relevansinya dengan peningkatan revenue sih jadi gitu indikatornya”.

keberhasilan program diukur secara menyeluruh melalui kombinasi pendapatan, posisi di survei pendengar, keterlibatan audiens, serta dukungan sponsor. Pendekatan evaluasi yang komprehensif ini menjadi dasar bagi manajemen untuk terus mengembangkan dan mempertahankan kualitas siaran agar tetap relevan dan kompetitif.

Dalam menjalankan proses evaluasi program, keterlibatan berbagai pihak menjadi kunci utama untuk mendapatkan masukan yang menyeluruh dan konstruktif. Dhani Ramdhani, selaku Station Manager, menjelaskan bahwa rapat evaluasi melibatkan seluruh tim manajemen, mulai dari penyiar, music director, scriptwriter, produser, program director, hingga pimpinan stasiun. Keikutsertaan banyak pihak ini bertujuan agar diskusi berjalan secara terbuka dan partisipatif, dengan banyaknya input yang datang dari sudut pandang teknis, kreatif, dan manajerial. Fokus utama dalam rapat tersebut adalah untuk membenahi dan mengembangkan kualitas program secara menyeluruh, bukan untuk mengkritik secara personal. Dhani Ramdhani selaku *Station Manager* pada wawancaranya 05 Mei 2025, menegaskan bahwa:

“Semuanya, semua tim di manajemen semua juga ikut ya kan dari penyiar, music director, scriptwriter, produser, program director, ya termasuk pimpinan semua ikut Di rapat evaluasi program bisa dengan sebanyak-banyaknya yang ikutan jadi kita sebanyak-banyaknya ada input juga”.

Rapat evaluasi yang melibatkan berbagai elemen tim secara kolaboratif dan terbuka menjadi fondasi penting dalam peningkatan mutu program siaran. Melalui sinergi dan pertukaran ide dari berbagai pihak, program dapat terus diperbaiki dan disesuaikan dengan kebutuhan pendengar, sehingga menghasilkan siaran yang lebih berkualitas dan relevan. Hal ini sejalan oleh yang disampaikan oleh Rendi Almonrista selaku *Program Director* dalam wawancaranya pada 05 Mei 2025 yang menjelaskan bahwa:

“Ada semua kru si semua kru harus karena itu tadi mau bilang kita karena budaya kerjanya harus punya suara harus punya kontribusi begitu”.

Evaluasi program bukan sekadar forum formal, melainkan sebuah ruang kolaboratif di mana setiap anggota tim tanpa terkecuali memiliki hak suara dan kontribusi. Budaya kerja yang mendorong partisipasi aktif inilah yang menjadi

kekuatan KISI FM dalam terus berinovasi dan menjaga kualitas programnya agar tetap relevan dan diminati pendengar.

Salah satu aspek penting dalam proses evaluasi adalah adanya masukan langsung dari pendengar, baik melalui media sosial, pesan WhatsApp, maupun interaksi saat siaran berlangsung. Masukan ini menjadi cerminan nyata dari persepsi audiens terhadap program dan sering kali dijadikan dasar untuk mengubah atau mempertahankan format siaran tertentu. Respons pendengar juga digunakan untuk menilai apakah topik yang dibawakan terasa relevan, menghibur, atau informatif. Hal ini ditegaskan oleh Rendi Almonrista dalam wawancaranya pada 05 Mei 2025, yang menjelaskan bahwa pendapat pendengar senantiasa didengarkan dan dipertimbangkan oleh tim produksi:

“Ada-lah, sekarang kita sekarang kita juga Gimana caranya tetap bisa berjalan karena kan kalau radio ya Walaupun memang selama kuping masih ada pasti ada Dengar radio tapi kan mendengarkan ibaratnya kalau di jualan dagang lah gitu ya kan apa namanya ya pembeli kan raja lah gitu kalau anda misalkan masukkan segala macam pasti kita tampung dulu eh tampung Mungkin ada yang bagus Mungkin ada yang sebenarnya apa namanya se pendengaran dia aja padahal sebenarnya eee apa namanya udah pernah kita selesaikan segala macam sering sih yang paling sering biasanya mungkin Secara teknis kali ya mungkin kayak siaran yang agak kresek kresek segala macam kita tampung juga bahwa Oh ternyata pemancar kita masih ada apa namanya maintenance segala macam pastinya sih ada sih semuanya juga kita Kampung kita mah radio baik tahu”.

Proses evaluasi di KISI FM tidak semata-mata dilakukan secara internal, tetapi juga melibatkan suara pendengar sebagai bagian dari proses penyempurnaan. Pendengar diposisikan sebagai mitra aktif dalam membentuk kualitas siaran, dan masukan mereka, baik dari segi isi maupun aspek teknis, menjadi pijakan penting dalam menjaga mutu dan keberlangsungan program. Pendekatan ini mencerminkan komitmen radio untuk tetap relevan dan responsif terhadap kebutuhan audiens. Masukan dari pendengar tidak hanya dipandang sebagai bentuk interaksi biasa, melainkan juga menjadi fondasi penting dalam proses evaluasi program. Setiap komentar, kritik, maupun saran dari audiens baik yang bersifat teknis maupun non-teknis diposisikan sebagai sumber informasi yang bernilai dalam meningkatkan kualitas siaran. Noverina Dwi Hermilenia, selaku *Music Director*, dalam wawancaranya pada 05 Mei 2025 menegaskan bahwa feedback dari pendengar bukan hanya diterima, tetapi juga secara nyata digunakan sebagai dasar evaluasi:

“Kalau misalkan dijadikan dasar dalam proses evaluasi Kita pernah pernah ada Jadi mungkin mungkin ada ya karena sudah pernah ada gitu jadi feedback dari pendengar terus kita jadikan dasar untuk proses evaluasi gitu ya Karena untuk dari pendengar sendiri Kita sepanjang gue di sini juga sudah mendengar Maksudnya sudah melihat banyak feedback yang diberikan sama pendengar dari teknis maupun non teknis gitu ya”.

Loyalitas pendengar yang ditunjukkan melalui feedback rutin menjadi aset berharga bagi radio. Hal ini bukan hanya mencerminkan kedekatan emosional

antara media dan audiens, tetapi juga menunjukkan bahwa pendengar merasa memiliki kontribusi terhadap program yang mereka konsumsi. Dalam konteks inilah, masukan dari pendengar dipandang tidak sekadar sebagai respon pasif, tetapi sebagai komponen aktif yang memperkuat arah dan kualitas pengembangan program radio.

Dalam praktik siaran harian, evaluasi teknis menjadi bagian krusial yang dilakukan segera setelah program selesai. Evaluasi ini umumnya bersifat reflektif dan langsung ditangani oleh penyiar bersama tim produksi. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi elemen-elemen yang berjalan dengan baik, hal-hal yang perlu diperbaiki, dan aspek yang harus dihindari dalam siaran berikutnya. Mengingat program disiarkan setiap pagi, kecepatan dalam menindaklanjuti evaluasi sangat penting agar kualitas siaran tetap konsisten dari hari ke hari. Dhani Ramdhani dalam wawancaranya pada 05 Mei 2025 mengungkapkan bahwa evaluasi teknis bersifat responsif, terutama ketika terjadi kesalahan di tengah siaran:

“Kalau evaluasi yang dilakukan apabila salah berlangsung itu biasanya kalau ada sesuatu yang urgent di saat siaran tiba-tiba ada lagu yang terputar lagu yang terputar itulah lagu yang dilarang atau tidak tepat pemutarannya jamnya. Harusnya kan malam dia diputar di pagi. Biasanya kalau sih langsung karena itu kan enggak terlalu istilahnya itu hal yang penting tapi enggak enggak bisa nunggu lama atau mungkin pas siaran ada beberapa kata-kata yang terucap enggak bagus gitu kan langsung dievaluasi tadi ngomong begini begitu kalau bisa jangan diomongin ya”.

Dalam menjaga kualitas siaran dan memastikan program berjalan sesuai tujuan, proses evaluasi tidak hanya terbatas pada penilaian formal, tetapi juga melibatkan sesi *brainstorming* dan diskusi terbuka antar tim. Evaluasi menjadi ajang kolaboratif di mana setiap anggota tim dari penyiar, program director, hingga teknisi memberikan masukan berdasarkan pengalaman dan pengamatan masing-masing. Hal ini menciptakan ruang partisipatif di mana setiap suara dianggap penting untuk kemajuan program. Rendi Almonrista dalam wawancaranya pada 05 Mei 2025 menegaskan bahwa evaluasi merupakan proses yang dinamis dan menyeluruh:

“Pasti banyak brainstorming gitu kan dari tiap kepala di sini semua gimana ngerasa program ini jalannya gimana. Apakah ada yang kurang segala macam nanti misalkan dari peralatan atau apa kan nanti kita bisa ajuin ke manajemen kemudian tanya juga program director gitu kan. Ya intinya saling diskusi aja sih supaya nanti dari berbagai sisi dari sisi penyiarnya apa. Masalah kendalanya dari program. Mereka melihat atau memonitoring program selama setahun apa gitu jadi kan nanti bisa saling diskusi supaya enak-enak aja dan biasanya juga mau ngecek dari Logger siaran siapa tahu ada acara-acara yang enggak sesuai sop atau pakemnya kita gitu-gitu dan question box juga kadang jadi acuan kita juga untuk apa namanya mekanisme evaluasi”.



Gambar 4. 11 Logger Siaran
Sumber: Data Primer

Kesimpulannya, evaluasi program di *Bogor In The Morning* bukan sekadar rutinitas administratif, melainkan sebuah proses kolektif yang mendalam. Setiap pertemuan evaluasi menjadi ruang terbuka untuk berbagi perspektif, menyatukan pengalaman teknis dan kreatif, serta menemukan solusi yang realistis demi tercapainya siaran yang optimal dan sesuai dengan ekspektasi pendengar.

4.2.2 FAKTOR PENGHAMBAT DALAM PROSES PRODUKSI PROGRAM “BOGOR IN THE MORNING” DI RADIO KISI 93.4 FM BOGOR

Dalam setiap proses produksi program siaran, tidak hanya diperlukan perencanaan dan pelaksanaan yang matang, tetapi juga kesiapan dalam menghadapi berbagai tantangan dan hambatan yang dapat muncul di setiap tahap. Meskipun program “*Bogor In The Morning*” telah memiliki struktur produksi yang solid dan dijalankan oleh tim yang kompeten, namun dalam praktiknya tetap ditemukan sejumlah kendala yang memengaruhi kelancaran produksi.

Faktor penghambat ini dapat berasal dari berbagai aspek, mulai dari aspek teknis, sumber daya manusia, hingga faktor eksternal seperti kondisi cuaca, lalu lintas informasi yang cepat berubah, atau keterbatasan interaksi dengan pendengar. Hambatan tersebut tidak hanya memengaruhi kualitas penyampaian informasi, tetapi juga berdampak pada pengalaman mendengarkan yang diterima oleh audiens.

Identifikasi terhadap faktor-faktor penghambat menjadi penting untuk dianalisis, karena melalui pemahaman ini, tim produksi dapat menyusun langkah perbaikan dan strategi adaptif ke depannya.

Dalam pelaksanaan program siaran seperti *Bogor In The Morning*, berbagai hambatan tentu tidak bisa dihindari. Meski sebagian besar bersifat teknis, hambatan tersebut tetap memiliki dampak terhadap kelancaran siaran dan kualitas interaksi dengan pendengar. Segmen-segmen seperti *traffic info* dan *interaktif tema* sangat bergantung pada keakuratan informasi dan respon audiens. Ketika respons pendengar tidak sesuai dengan tema atau informasi lalu lintas tidak lancar diperoleh, hal ini bisa mempengaruhi fokus dan alur siaran secara keseluruhan.

Menurut Dhani Ramdhani selaku *Station Manager* hambatan yang muncul berasal dari dua sisi, yaitu eksternal dan internal. Dalam wawancaranya pada 05 Mei 2025 Ia menjelaskan:

“Hambatan untuk selain teknis, rata rata sih pasti teknis, kayak misalkan untuk ke apa namanya kayak disitu kan ada segmen di program Bogor In The Morning kan ada yang bisa traffic info gitu kan kurang apa maksudnya Ya kurang lancar misal, itu kan jadi sebuah hambatan juga jadi program acara kan jadi agak sedikit terganggu tuh konsentrasi kan agak sedikit misal gitu kan Kalau Walaupun jarang terjadi sih hambatan itu terus atau misal dari beberapa segmen yang di Bogor di Bogor In The Mornig misalkan kayak ada yang interaksi dengan pendengar ya mau dari tema ataupun juga segmen kayak misalkan plin-plan atau apa kalau respon dari si pendengar yang enggak sesuai sama tema Ya kita harus bisa pintar-pintar ngakalinnya karena kendalanya sih untuk program Bogor In The Morning sih kayaknya bukan dari si sekitaran Kisi crew-nya karena kan kita udah tahu udah formatnya sudah jelas sistemnya udah ada cuman kan untuk interaksi seperti kayak misalkan info Traffic terus ada apa opini dari pendengar tentang sebuah tema atau segala macam yang mungkin tidak sesuai atau apa Nah itu ya mungkin bisa jadi dibilang kendala yang biasa dihadapin sama penyiar program-program siaran sih program Bogor In the Morning itu, berarti itu kan faktor eksternal tapi kalau dari internalnya sendiri atau mungkin dari si komputer atau dari sisi teknis ya paling ya teknis banyak sebenarnya ya kalau misalkan dalam misalkan cuaca tidak mendukung ya tetap dari luar pemancarkan, Nih misal yang benar-benar kejadian intern yang ada di kisi misal kayak listrik mati tetap juga kan faktornya karena kan listriknya dari luar atau misal komputer yang kurang dirawat gitu kan itu masalah teknis sih pasti jadi enggak lah pasti selalu ada karena kan ada umurnya juga ya kan dari komputer mixer dari mic kayak mungkin kabel-kabelnya tiap hari kan sih mixer itu kita pakai kita nyalain mic pun juga kita pakai Terus apa si magnetnya pun juga bisa berubah gitu atau malahan eee penggunaan posisi mic-ingnya enggak pas sama si penyiar itu juga bisa jadi bisa sedikit mengganggu kenyamanan siaran ya kan kalau posisi mic aja kan jadi enggak enak suaranya beda”.

Dalam proses produksi program *Bogor In The Morning*, berbagai tantangan kerap muncul baik dari sisi internal maupun eksternal. Tantangan ini tidak hanya mempengaruhi kelancaran siaran, tetapi juga berdampak pada kualitas dan konsistensi penyampaian program kepada pendengar. Rendi Almonrista, salah satu penyiar dan *Program Director* yang terlibat langsung dalam program tersebut, mengungkapkan dalam wawancaranya pada 05 Mei 2025 bahwa hambatan internal yang paling terasa adalah keterbatasan sumber daya manusia. Ia menjelaskan:

“Kalau ngomongin kendala di produksi “Bogor in The Morning”, ya pasti ada aja sih, baik dari dalam tim sendiri maupun dari luar. Dari internal, misalnya nih, kalau salah satu penyiar sakit. Karena kita tuh siarannya formatnya tandem, jadi kalau yang siaran cuma satu orang, pasti kerasa banget bedanya. Pembawaannya jadi nggak seimbang, feel-nya beda, dan pendengar juga bisa ngerasain itu. Terus yang cukup kerasa juga tuh soal

SDM. Jujur aja, kita masih serba terbatas. Mulai dari nyari berita, nulis script, sampai nentuin cara bawainnya kayak gimana, itu semua masih kita lakuin sendiri. Padahal idealnya sih ada script writer atau produser yang bantu di balik layar. Jadi kerjaan bisa lebih fokus, waktu juga lebih ke-manage, dan kualitas siaran pastinya bisa lebih maksimal. Nah, masalah teknis juga sering jadi tantangan. Kadang PC-nya error, mixer tiba-tiba bermasalah, mic nggak nyala, atau pemancar yang nggak stabil. Belum lagi kalau internetnya gangguan. Semua itu bisa bikin siaran jadi nggak maksimal bahkan kadang harus delay atau diulang. Dari sisi pendanaan juga sama aja. Dana yang terbatas bikin kita nggak bisa eksplor segmen baru yang lebih kreatif. Padahal kalau ada support lebih, pasti program bisa dibuat lebih segar, variatif, dan bisa lebih menarik buat pendengar. Kalo dari faktor luar, cuaca ekstrim juga jadi tantangan tersendiri. Apalagi kalo lagi ada petir, pemancar mau nggak mau harus dimatiin. Kalau dipaksa nyala, bisa-bisa kesamber petir, dan itu bahaya banget. Bisa rusak alat, ganggu produksi, dan malah bikin kerugian yang nggak sedikit. Satu lagi yang cukup berat sekarang tuh soal persaingan media. Pendengar sekarang punya banyak pilihan. Ada podcast, radio streaming, semua serba on-demand. Mereka bisa dengerin kapan aja dan dari mana aja. Itu bikin durasi orang dengerin radio pagi kayak program kita jadi makin pendek. Jadi ya, kita harus terus muter otak biar bisa tetap relevan dan tetep punya tempat di hati pendengar”.

Dari hasil wawancara dengan Dhani Ramdhani dan Rendi Almonrista, dapat disimpulkan bahwa proses evaluasi program *Bogor In The Morning* merupakan kegiatan krusial yang bersifat berkelanjutan, baik secara harian maupun periodik. Evaluasi tidak hanya berfungsi sebagai alat kontrol kualitas siaran, tetapi juga menjadi ruang refleksi bersama seluruh tim, mulai dari penyiar, program director, hingga teknisi.

Dhani Ramdhani menekankan pentingnya evaluasi cepat setelah siaran, khususnya untuk isu-isu yang sifatnya teknis maupun penyampaian konten yang tidak sesuai. Ia juga menyoroti bahwa rapat evaluasi bukanlah ajang mencari kesalahan, melainkan forum diskusi yang terbuka dan konstruktif demi perbaikan bersama. Selain itu, ia menyadari bahwa hambatan seperti ketidaksesuaian respons pendengar atau masalah teknis adalah bagian dari dinamika yang harus segera ditindaklanjuti dengan solusi praktis.

Sementara itu, Rendi Almonrista memperkuat dengan menyoroti berbagai tantangan nyata yang dihadapi di lapangan. Mulai dari keterbatasan SDM, gangguan teknis, hingga persaingan dengan media digital. Menurutnya, feedback dari pendengar adalah aset penting dalam evaluasi karena menunjukkan loyalitas sekaligus membantu program tetap relevan. Rendi juga menekankan pentingnya budaya kerja yang inklusif, di mana setiap kru memiliki ruang untuk bersuara dan berkontribusi dalam pengembangan program. Secara keseluruhan, keduanya sepakat bahwa keberhasilan program tidak hanya ditentukan oleh isi siaran, tetapi juga oleh kekompakan tim, respon terhadap masukan audiens, serta kemampuan beradaptasi dengan tantangan yang terus berkembang.

4.3 Triangulasi

Penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber sebagai metode untuk meningkatkan validitas dan kredibilitas data yang dikumpulkan. Triangulasi sumber dilakukan dengan menggali informasi dari berbagai narasumber yang memiliki peran berbeda dalam proses produksi program *Bogor In The Morning* di Radio KISI 93.4 FM Bogor. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih kaya dan menyeluruh terhadap fenomena yang diteliti, serta menghindari bias yang mungkin muncul jika hanya bergantung pada satu sumber informasi.

Penulis membandingkan Proses produksi program yang diterapkan Stasiun Radio KISI FM 93.4 dan ELPAS FM 94.1, yang dilakukan melalui wawancara informan Radio KISI FM. Alasan mengapa peneliti memilih Radio ELPAS FM, karena KISI FM dan ELPAS FM memiliki kesamaan dalam program ASOY GEBOY yang berisi hiburan dan informasi ringan.

Dalam proses Pra Produksi, Produksi, Pasca Produksi Radio ELPAS FM dan Radio KISI FM tidak jauh berbeda, Baik Radio ELPAS FM maupun Radio KISI FM mengedepankan gaya penyampaian yang komunikatif dan ringan, terutama untuk program siaran pagi. Selain itu, keduanya melibatkan tim produksi dan penyiar dalam proses brainstorming, penyaringan tema, hingga pengemasan narasi, agar siaran tetap aktual, informatif, dan menghibur. Perbedaan mungkin hanya terletak pada gaya khas, penggunaan elemen simbolik, atau segmentasi audiens yang sedikit berbeda, namun secara garis besar pola produksi program siarannya memiliki struktur dan prinsip kerja yang serupa. terdapat tiga tahapan utama yang dilakukan oleh tim produksi, yaitu tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi.

1. Pra-Produksi

Tahap pra-produksi merupakan langkah awal yang menjadi fondasi utama dalam pelaksanaan program siaran. Dalam tahapan ini, tim produksi melakukan berbagai perencanaan dan persiapan yang matang sebelum program mengudara.

Kegiatan pra-produksi dimulai dengan penentuan tema harian yang akan dibahas dalam program. Tema ini biasanya disesuaikan dengan kondisi terkini yang terjadi di masyarakat, baik itu berkaitan dengan isu sosial, lalu lintas, hiburan, maupun gaya hidup.

a) Menerapkan SMCR

SMCR adalah singkatan dari *Source* (sumber), *Message* (pesan), *Channel* (saluran), dan *Receiver* (penerima). Ini adalah model komunikasi linear yang menggambarkan proses komunikasi sebagai proses satu arah dari sumber ke penerima, melalui pesan dan saluran. Model ini dikembangkan oleh David Kenneth Berlo, dalam konteks produksi program Radio, pada tahap ini tim produksi menyiapkan beberapa materi siaran atau topik yang akan dibahas. Tentunya penggalan informasi harus dicari lebih mendalam guna mencari fakta yang sesuai untuk disiarkan, pencarian sumber informasi adalah Langkah awal yang sangat penting untuk memulai siaran.

Seperti yang disampaikan oleh *Program Director* pada Program Asoy Geboy Yayat Dyatna pada 7 Mei 2025, mengatakan bahwa:

“Kalau sumber informasi kita sebenarnya lebih banyak berasal dari media sosial dan internet. Jadi, penyiar biasanya mencari referensi dari berbagai platform digital, baik itu dari portal berita, akun media sosial yang kredibel,

maupun tren yang sedang ramai dibicarakan masyarakat. Itu jadi modal awal dalam menyusun materi siaran, terutama jika tidak ada narasumber langsung dalam program tersebut. Tapi, kalau kita sedang menayangkan segmen Talk Show, sumber informasinya biasanya datang langsung dari narasumber yang memang sudah bekerja sama dengan kita”.

Dalam proses produksi program siaran, sumber informasi menjadi salah satu aspek penting yang menentukan arah konten dan penyampaian pesan kepada audiens. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, penyiar dari Radio ELPAS FM menjelaskan bahwa secara umum, informasi yang digunakan dalam program radio sebagian besar bersumber dari media sosial dan internet. Penyiar akan aktif mencari referensi dari berbagai kanal digital seperti portal berita, akun media sosial terpercaya, serta tren yang sedang viral di masyarakat. Pendekatan ini memungkinkan tim untuk menyusun siaran yang responsif terhadap isu terkini, sekaligus relevan dengan kehidupan pendengar. Pernyataan ini diperkuat oleh Ida Rahmat selaku penyiar dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, yang menyatakan bahwa:

“Oke, karena tadi mungkin pertanyaannya soal informasi ya, nah di acara dangdut atau program saya ini memang lebih mengarah ke hiburan murni, jadi porsinya untuk menyampaikan informasi itu sangat minim atau bahkan hampir tidak ada. Fokus utama kami adalah menghibur pendengar lewat musik, interaksi ringan, dan suasana yang menyenangkan. Tapi, bukan berarti informasi sama sekali tidak hadir di dalamnya. Ketika memang ada kebutuhan untuk menyampaikan informasi misalnya ada kerja sama dengan klien, sponsor, atau segment khusus barulah saya, sebagai penyiar, akan menentukan siapa sumber informasinya. Biasanya informasi itu datang dari pihak yang bersangkutan langsung.”

Dari hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa sumber informasi dalam program siaran di Radio Elpas FM sangat bergantung pada bentuk programnya. Untuk program dengan konten informatif atau talk show, informasi dikumpulkan dari narasumber yang relevan dan memiliki hubungan kerja sama. Sementara pada program yang bersifat hiburan murni, seperti musik dangdut, informasi hanya disisipkan ketika ada kepentingan eksternal yang mendukungnya, dan bahkan tetap melalui proses seleksi agar tidak keluar dari karakter program.

Dalam pelaksanaan program siaran di Radio Elpas FM, strategi penyusunan pesan menjadi aspek penting dalam menjaga kesinambungan antara isi siaran dengan karakter program serta target audiens. Penyusunan pesan dalam konteks ini tidak dilakukan secara terpusat oleh tim produksi, melainkan diserahkan sepenuhnya kepada kreativitas masing-masing penyiar. Hal ini mencerminkan pendekatan yang fleksibel dan berbasis pada kepercayaan terhadap kemampuan penyiar dalam memahami kebutuhan pendengar. *Program Director* Elpas FM, Yayat Dyatna dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, menjelaskan bahwa tidak ada struktur khusus yang menangani kurasi konten secara kolektif. Penyiar diberikan kebebasan untuk menentukan sendiri topik, narasumber, serta cara penyampaian informasi yang dianggap relevan dan menarik, selama tetap selaras dengan karakter program yang mereka bawaikan:

“Kalau itu sih tergantung penyiar kita, karena di kita itu memang nggak ada orang khusus atau tim khusus yang tugasnya menentukan siapa narasumbernya, atau menentukan apa yang harus diinformasikan. Materinya itu seperti apa, semua diserahkan ke penyiarnya langsung. Jadi masing-masing penyiar punya kebebasan untuk mengatur sendiri topik siaran mereka. Mereka yang cari informasi sendiri, bisa dari internet, media sosial, berita-berita terkini, atau juga dari pengalaman pribadi. Tapi tentu saja tetap disesuaikan dengan karakter program dan segmen pendengar yang dituju. Jadi walaupun bebas, tetap ada tanggung jawab untuk memastikan informasi yang disampaikan itu relevan, menarik, dan sesuai dengan gaya siarannya masing-masing”.

Pendekatan ini memungkinkan setiap penyiar, termasuk dalam program Asoy Geboy, untuk menampilkan gaya khas masing-masing dalam menyampaikan pesan. Dengan tetap memperhatikan segmentasi audiens, strategi ini memperkuat kedekatan emosional antara penyiar dan pendengar, sekaligus menjaga konsistensi identitas program yang telah dikenal oleh audiens setianya. Dalam wawancaranya, Ida Rahmat selaku penyiar program Asoy Geboy dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025 menegaskan bahwa fokus utama dari program ini bukan pada penyampaian informasi berat, melainkan pada penciptaan atmosfer yang ringan dan menyenangkan. Strateginya adalah menghadirkan siaran yang dapat membangun kedekatan dengan pendengar melalui pilihan bahasa yang sederhana dan penuh kehangatan:

“Memang benar, di program saya ini tidak ada porsi untuk berita atau informasi berat, karena dari awal konsepnya memang hiburan. Jadi strategi saya dalam menyusun pesan itu lebih ke bagaimana membuat setiap kata, kalimat, atau ucapan yang saya sampaikan bisa menciptakan suasana yang ringan, menyenangkan, dan membangun koneksi emosional dengan pendengar. Saya mencoba memilih kata-kata yang sederhana, mudah dicerna, dan punya unsur humor atau kehangatan”.

Pernyataan tersebut mencerminkan bahwa penyusunan pesan dalam Asoy Geboy bukan hanya berorientasi pada isi konten, tetapi juga pada cara penyampaiannya. Ida Rahmat secara intuitif membaca karakteristik pendengarnya, memosisikan dirinya sebagai bagian dari audiens, dan berusaha menyampaikan sesuatu yang dapat menghibur sekaligus memberi rasa nyaman. Strategi inilah yang menjadikan program tetap relevan dan disukai lintas generasi, tanpa kehilangan esensi hiburan yang menjadi kekuatannya.

Selain itu, dalam menghadapi perubahan perilaku konsumsi media di era digital, Radio Elpas FM turut beradaptasi dengan memperluas kanal komunikasi mereka di luar siaran frekuensi konvensional. Upaya ini dilakukan untuk menjangkau pendengar dari berbagai lokasi dan latar belakang, termasuk generasi yang lebih akrab dengan media sosial dan platform daring. Tidak hanya menyajikan program melalui siaran udara, Elpas FM juga aktif memanfaatkan media digital sebagai medium alternatif dan pelengkap untuk memperluas jangkauan serta meningkatkan interaksi secara langsung dengan audiens. Hal ini disampaikan oleh Yayat Dyatna selaku *Program Director*, yang menjelaskan bahwa siaran langsung (*live*

broadcast) kini tidak terbatas hanya melalui gelombang radio, tetapi juga tersedia di berbagai platform digital seperti TikTok, Instagram, Facebook, dan situs streaming resmi Elpas FM. Dengan strategi ini, pendengar diberi kebebasan memilih platform yang paling sesuai dengan preferensi mereka:

“Kita siaran live nggak cuma di radio aja, tapi juga di beberapa platform digital. Kita live di TikTok, Instagram, Facebook, sama website streaming kita sendiri yaitu di www.elpasfm.com. Jadi pendengar bisa milih mau dengerin dari mana, tergantung kenyamanan mereka. Biasanya sih kalau yang suka visual, mereka nonton di TikTok atau Instagram Live karena bisa lihat langsung ekspresi penyiar dan suasana di studio. Sedangkan yang butuh audio aja bisa lewat website streaming atau aplikasi radio online.

Deskripsi tersebut menunjukkan bahwa Elpas FM tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga memanfaatkan kekuatan media sosial dan teknologi streaming sebagai alat interaktif yang memperkuat ikatan dengan pendengar. Kehadiran visual penyiar, ekspresi wajah, dan suasana studio yang ditampilkan melalui media sosial memberi nilai tambah dalam membangun kedekatan emosional. Sementara itu, fitur komentar atau live chat memberikan ruang partisipasi langsung bagi audiens, menjadikan pengalaman mendengarkan lebih dinamis dan partisipatif. Ini menunjukkan bahwa strategi multiplatform bukan sekadar pelengkap, melainkan bagian integral dari pola komunikasi modern radio masa kini.

Dalam dunia penyiaran radio, pemahaman terhadap karakteristik pendengar menjadi salah satu fondasi utama dalam merancang dan menyusun program siaran yang efektif dan diminati. Tim produksi dan penyiar di Radio Elpas FM tidak hanya mengandalkan asumsi atau data kuantitatif semata, tetapi lebih mengedepankan pendekatan berbasis pengalaman langsung, respons spontan pendengar, serta interaksi yang terjadi selama dan setelah siaran berlangsung. Proses ini bersifat dinamis dan terus diperbarui mengikuti perubahan selera audiens.

Yayat Dyatna selaku *Program Director* dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025 menjelaskan bahwa pemetaan karakter pendengar dilakukan melalui berbagai saluran, mulai dari pemilihan lagu yang sering diminta, komunikasi langsung melalui telepon ke studio, hingga tanggapan dan komentar di platform media sosial. Setiap respons dari pendengar menjadi masukan berharga yang dianalisis untuk memahami pola preferensi serta ekspektasi mereka:

“Dari lagu, dari pilihan lagu yang diputar, kita bisa tahu selera pendengar itu kayak gimana. Terutama dari pendengar yang aktif, misalnya yang sering telepon atau request langsung ke studio, dari situ kita jadi tahu mereka sukanya apa dan maunya seperti apa. Selain itu, kita juga pantau dari komentar-komentar yang masuk di media sosial baik itu di Instagram, TikTok, atau Facebook. Biasanya mereka kasih feedback, ada yang kasih saran lagu, ada juga yang ngasih respons soal topik yang dibahas. Nah, dari situ semua kita kumpulkan untuk jadi bahan evaluasi atau referensi, jadi bukan cuma tebak-tebakan aja. Pendengar itu jadi semacam indikator tren juga buat kita, karena selera mereka bisa berubah-ubah tergantung momen atau situasi. Jadi penyiar juga harus peka dan ngikutin, biar programnya tetap relevan dan disukai.”

Pemahaman terhadap karakteristik pendengar menjadi aspek krusial dalam menjaga daya tarik dan keberlanjutan sebuah program siaran. Di Radio Elpas FM, khususnya dalam program Asoy Geboy, pendekatan yang dilakukan bersifat intuitif dan partisipatif, mengandalkan interaksi langsung serta sensitivitas penyiar terhadap respons audiens.

Ida Rahmat, sebagai penyiar tetap program Asoy Geboy dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, menjelaskan bahwa pendekatannya dalam memahami audiens lebih didasarkan pada empati dan pengalaman pribadi. Ia berusaha memosisikan dirinya sebagai pendengar untuk mengetahui apa yang mereka harapkan dari sebuah program hiburan. Dari pola permintaan lagu, komentar yang masuk melalui media sosial, hingga gaya interaksi selama siaran, Ida dan tim mampu menyimpulkan kecenderungan selera pendengar mereka:

“Kalau bicara soal karakteristik pendengar, sebenarnya pendekatan yang saya lakukan lebih bersifat intuitif dan berdasarkan pengalaman di lapangan. Saya pribadi sering memosisikan diri sebagai pendengar juga, jadi saya coba membayangkan: kalau saya yang sedang mendengarkan, apa yang saya ingin dengar? Apa yang bisa bikin saya bertahan dan tetap stay di saluran ini? Nah, dari situ saya dan tim bisa menyusun strategi dalam menyajikan konten yang relevan. Kami memang tidak menggunakan data riset yang sangat detail, tapi dari pola respons pendengar, interaksi yang masuk, dan kebiasaan mereka yang kami amati selama siaran, kami jadi tahu karakter mereka seperti apa.”

Pernyataan Ida sejalan dengan penjelasan Yayat Dyatna yang juga menyoroti pentingnya mencermati lagu-lagu yang sering direquest dan interaksi di media sosial sebagai indikator utama dalam membaca keinginan audiens. Keduanya menunjukkan bahwa keberhasilan program Asoy Geboy tidak terlepas dari kepekaan penyiar terhadap audiensnya. Program ini tidak hanya sekadar menyuguhkan musik dangdut, tetapi juga menghadirkan keakraban, kenyamanan, dan suasana yang mampu membuat pendengar merasa didengar dan ditemani. Pendekatan inilah yang membuat pendengar tetap setia dan menjadikan Elpas FM sebagai bagian dari keseharian mereka.

b) Mencari ide, fakta, dan referensi

Dalam proses produksi sebuah program siaran, salah satu tahapan penting yang tidak bisa dilewatkan adalah pencarian ide, fakta, dan referensi. Tahapan ini menjadi dasar dalam menentukan arah isi siaran agar tetap relevan, informatif, dan menarik bagi pendengar. Di Radio Elpas FM, khususnya dalam program Asoy Geboy, proses pencarian topik dilakukan secara mandiri oleh penyiar dengan pendekatan yang fleksibel namun tetap terarah.

Yayat Dyatna selaku *Program Director* dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, menjelaskan bahwa mayoritas ide siaran diperoleh dari media sosial dan tren digital yang sedang berlangsung. Platform seperti Instagram, TikTok, dan X (Twitter), serta portal media digital seperti USS Feed, Froyonion, dan Narasi menjadi rujukan utama dalam menemukan topik yang aktual dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Selain itu, komentar dan request dari pendengar juga menjadi bahan pertimbangan penting dalam menentukan isi siaran:

“Dari internet, terutama dari platform-platform yang ada di media sosial. Kita biasanya lihat dulu tren apa yang lagi rame, entah itu dari Instagram,

TikTok, X (Twitter), atau juga dari akun-akun media digital seperti USS Feed, Froyonion, atau Narasi. Dari situ kita bisa lihat topik-topik yang sedang dibicarakan masyarakat, dan itu bisa kita sesuaikan dengan karakter program kita. Selain itu, kita juga kadang cari ide dari komentar atau request pendengar sebelumnya misalnya mereka pernah bahas pengen tahu soal isu tertentu, ya itu bisa jadi bahan juga. Kalau siarannya bersifat informatif, kita cari yang aktual dan relate sama kehidupan sehari-hari, tapi kalau programnya hiburan, biasanya kita ambil topik yang ringan tapi tetap engaging. Jadi proses cari idenya fleksibel, tapi tetap kita filter biar sesuai sama audiens.”

Pernyataan ini memperkuat gambaran bahwa fleksibilitas dan spontanitas adalah kunci utama dalam menjaga daya tarik program Asoy Geboy. Dengan tidak terpaku pada satu jenis sumber dan mengandalkan intuisi serta pengalaman, penyiar dapat menghadirkan topik-topik yang relatable dan membumi bagi pendengar. Pola ini menjadikan program tidak hanya informatif dalam nuansa ringan, tetapi juga menghibur dengan nuansa personal yang membuat pendengar merasa seolah sedang bercakap langsung dengan seorang teman. Pendekatan tersebut membuktikan bahwa relevansi dan kehangatan siaran tidak selalu bergantung pada struktur yang kaku, tetapi justru muncul dari kreativitas yang otentik dan dekat dengan realitas kehidupan sehari-hari.

Akurasi informasi menjadi prinsip utama, terlebih ketika siaran menyentuh isu-isu faktual yang bersifat publik. Meskipun program Asoy Geboy di Radio Elpas FM lebih mengarah ke hiburan, tetap ada saat-saat ketika informasi atau data tertentu perlu disampaikan kepada pendengar. Oleh karena itu, proses verifikasi fakta tetap menjadi bagian penting dari tahapan produksi konten. Penyiar maupun tim produksi dituntut untuk selektif dalam menyaring informasi agar tidak menyampaikan berita yang belum jelas kebenarannya atau berpotensi menyesatkan publik. Yayat Dyatna selaku *Program Director* dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, menjelaskan bahwa setiap informasi yang akan digunakan dalam siaran harus berasal dari sumber yang dapat dipercaya. Apabila data diperoleh dari instansi resmi seperti dinas pemerintahan, maka validitasnya dianggap cukup kuat. Namun, untuk informasi dari media lain atau sumber yang belum terverifikasi, tim akan melakukan pemeriksaan ulang atau *cross-check* ke berbagai referensi lain. Jika informasi tersebut tidak memenuhi standar kebenaran, maka langsung dieliminasi dari materi siaran:

“Proses verifikasi fakta atau referensi itu memang penting banget. Jadi, kita cari sumber-sumber yang memang valid dan terpercaya. Misalnya kalau informasinya dari instansi resmi seperti Dinas Kesehatan, biasanya kita anggap sudah cukup valid karena mereka sumber resmi. Tapi kalau sumbernya dari media lain atau informasi yang belum jelas, kita harus cek dulu kebenarannya. Kadang kita cross-check ke beberapa sumber atau cari data pendukung supaya nggak salah informasi. Kalau setelah dicek ternyata informasinya meragukan atau nggak bisa dipertanggungjawabkan, ya langsung kita coret dari materi siaran. Jadi kita benar-benar selektif untuk menjaga kredibilitas program dan memberikan informasi yang akurat kepada pendengar.”

Meskipun program Asoy Geboy di Radio Elpas FM mengusung konsep hiburan dan interaksi santai dengan pendengar, komitmen terhadap akurasi informasi tetap menjadi perhatian utama. Proses verifikasi dilakukan dengan cermat untuk memastikan bahwa setiap informasi yang disampaikan tidak hanya menarik, tetapi juga dapat dipertanggungjawabkan. Hal ini menjadi bagian dari tanggung jawab moral dan profesionalisme penyiar, meskipun kontennya tidak bersifat jurnalistik atau berita berat.

Ida Rahmat, penyiar program Asoy Geboy dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, menjelaskan lebih lanjut bahwa setiap informasi yang akan dibawakan dalam siaran harus terlebih dahulu disortir dan dipahami secara menyeluruh. Informasi yang diambil dari internet atau sumber lain tidak langsung disampaikan begitu saja, melainkan diseleksi berdasarkan relevansi, gaya bahasa, serta kejelasan sumbernya. Ia menekankan pentingnya penyesuaian isi dengan karakter program dan gaya penyampaian agar tetap bisa diterima pendengar dengan baik:

“Pertama-tama, kalau kita sudah dapat referensi atau informasi yang mau dipakai dalam siaran, langkah awal yang selalu kita lakukan itu adalah membaca dan memahami dulu isi dari referensi tersebut. Jadi istilahnya kita sortir dulu kita pilih mana informasi yang memang relevan, mudah dipahami, dan cocok untuk disampaikan ke pendengar. Karena kan nggak semua informasi dari internet atau sumber lain itu bisa langsung kita sampaikan mentah-mentah, ya. Kadang ada istilah-istilah yang terlalu rumit, atau mungkin cara penyampaianya terlalu formal, jadi harus kita sesuaikan dulu dengan gaya bahasa program kita. Belum lagi, nggak semua penyiar mungkin langsung paham dengan informasi tersebut, jadi penting juga buat kami memastikan bahwa apa yang akan disampaikan benar-benar sudah dipahami dulu oleh penyiar. Selain itu, kalau sumbernya dirasa belum cukup jelas atau meragukan, biasanya kita cari referensi pendukung lainnya untuk memastikan kebenarannya”.

Penjelasan ini memperkuat bahwa di balik kesan santai yang dihadirkan program Asoy Geboy, terdapat proses kerja yang serius dalam memastikan isi siaran tetap kredibel dan sesuai dengan standar etika penyiaran. Proses verifikasi bukan hanya soal keakuratan fakta, tetapi juga menyangkut bagaimana menyampaikan informasi dengan cara yang bisa dipahami, diterima, dan tetap menyenangkan bagi pendengar. Dengan cara ini, Radio Elpas FM tidak hanya menyajikan hiburan, tetapi juga menjaga kepercayaan pendengar melalui konten yang bertanggung jawab dan berkualitas.

c) Membuat variasi skrip

Penyusunan skrip memiliki peran penting sebagai panduan agar alur siaran tetap terarah. Namun, pada program hiburan seperti Asoy Geboy di Radio Elpas FM, pendekatan terhadap skrip tidak diterapkan secara kaku. Fleksibilitas dan spontanitas justru menjadi ciri khas utama dalam proses siaran, khususnya untuk bagian konten utama yang bersifat interaktif dan menghibur. Meskipun demikian, bagian-bagian tertentu seperti iklan dan ad-libs tetap disusun secara sistematis dan terjadwal agar informasi yang dibacakan tetap akurat dan sesuai kesepakatan dengan pihak klien.

Penyusunan skrip dilakukan dengan membedakan antara segmen bebas dan segmen terikat. Untuk konten utama siaran, para penyiar diberi kebebasan dalam menentukan gaya penyampaian tanpa harus mengikuti naskah tertulis secara rinci. Namun, untuk spot iklan dan bagian-bagian yang bersifat komersial, skrip disusun harian dan dikonsultasikan terlebih dahulu kepada klien sebelum digunakan dalam siaran. Hal ini disampaikan oleh Yayat Dyatna dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025 yang menyatakan bahwa:

“Untuk proses penyusunan skrip, sebenarnya kita tidak terlalu mengandalkan skrip yang kaku untuk seluruh siaran. Lebih banyak mengandalkan kreativitas penyiar masing-masing saat siaran berlangsung. Namun, untuk bagian tertentu seperti iklan, kita memang menyiapkan skrip secara harian. Iklan ini biasanya berupa spot dan ad-libs yang memang wajib dibacakan. Skrip iklan itu dibuat berdasarkan permintaan dari klien, atau kadang juga dari tim produksi sendiri yang menyiapkan draf awal, kemudian dikirim ke klien untuk dicek apakah sudah sesuai atau belum. Setelah ada persetujuan, baru skrip tersebut disiapkan dan diberikan kepada penyiar”.

Penyusunan skrip dalam program Asoy Geboy di Radio Elpas FM tidak mengikuti pola baku yang kaku sebagaimana pada format siaran berita atau program formal lainnya. Sebagai program yang berorientasi pada hiburan dan interaksi santai, penyiar diberi ruang seluas-luasnya untuk mengekspresikan gaya siaran mereka secara personal dan spontan. Pendekatan ini menciptakan nuansa siaran yang alami, mengalir, dan terasa lebih dekat dengan pendengar.

Ida Rahmat, penyiar utama dalam program Asoy Geboy dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, menegaskan bahwa dirinya tidak menggunakan skrip panjang dan detil saat siaran. Ia hanya mencatat poin-poin penting sebagai panduan agar tidak keluar dari tema yang ingin dibahas. Hal ini dilakukan untuk menjaga keluwesan dalam menyampaikan materi siaran, sekaligus menyesuaikan dengan kondisi suasana hati (*mood*) dan respons pendengar pada hari itu:

“Karena saya nggak pakai script ya, jadi siarannya itu ngalir aja, natural sesuai ingatan atau feeling saat itu. Biasanya saya cukup bikin poin-poin penting aja di kertas kecil atau catatan HP itu semacam panduan aja biar nggak melenceng dari tema. Tapi bukan script yang detil atau ditulis panjang lebar kayak naskah gitu. Jadi lebih ke spontanitas, disesuaikan sama kondisi mood siaran hari itu juga. Kalau pun ada semacam ‘script’, itu biasanya untuk kebutuhan tertentu aja, kayak spot iklan atau ad-libs yang harus dibacain. Nah kalau yang itu memang ada format dan teksnya, bisa disiapkan harian atau mingguan tergantung permintaan klien. Kadang dari klien langsung yang kasih teksnya, kadang juga kita yang bikin dulu, terus disetor buat dicek disetujui atau dikoreksi dulu. Tapi untuk isi siaran reguler, kayak interaksi sama pendengar, pembukaan, atau cerita ringan, ya semuanya balik lagi ke gaya masing-masing penyiar. Kita dibebasin berekspresi, asal tetap sesuai dengan format program dan sopan dalam penyampaian.”

Namun demikian, Ida juga menjelaskan bahwa untuk segmen tertentu seperti spot iklan atau ad-libs, skrip tetap disusun dan dipersiapkan dengan format tertentu, baik secara harian maupun mingguan. Skrip tersebut bisa berasal langsung dari klien atau dibuat oleh tim produksi Elpas FM, yang kemudian dikirimkan kembali

ke klien untuk disetujui. Dengan demikian, meskipun terdapat kebebasan dalam penyampaian isi siaran, tetap ada standar prosedural yang diterapkan untuk konten-konten bersponsor

Pernyataan ini memperkuat bahwa Radio Elpas FM, khususnya melalui program Asoy Geboy, menerapkan keseimbangan antara improvisasi dan struktur. Penyiar diberikan kebebasan berkreasi sesuai kepribadian dan gaya siarannya, namun tetap dalam batas profesionalisme, etika siaran, dan kebutuhan klien. Fleksibilitas dalam penyusunan skrip ini tidak hanya mendorong kreativitas penyiar, tetapi juga menciptakan pengalaman siaran yang hidup, dekat, dan menyenangkan bagi pendengar.

Dalam dunia penyiaran, khususnya pada program yang bersifat hiburan seperti Asoy Geboy di Radio Elpas FM, fleksibilitas dalam menyampaikan materi siaran menjadi elemen penting yang menunjang keberhasilan program. Tidak seperti program berita yang mengharuskan penyampaian yang terstruktur dan formal, Asoy Geboy menuntut penyiar untuk bisa tampil luwes, spontan, dan mampu menyesuaikan diri dengan suasana siaran. Oleh karena itu, penyiar tidak diwajibkan mengikuti skrip secara kaku, melainkan diberikan ruang improvisasi seluas mungkin agar penyampaian terasa hidup, akrab, dan tidak monoton.

Yayat Dyatna menjelaskan bahwa tingkat fleksibilitas penyiar dalam mengembangkan skrip sangat bergantung pada kemampuan dan kondisi emosional penyiar itu sendiri. Meskipun improvisasi diperbolehkan, tetap ada tanggung jawab untuk menjaga profesionalisme dan karakter program agar tidak keluar dari koridor yang sudah ditetapkan:

“Sejauh mana fleksibilitas penyiar untuk mengembangkan skrip di luar naskah itu sebenarnya sangat tergantung pada mood dan kemampuan masing-masing penyiar. Penyiar harus pintar-pintar menyembunyikan mood yang kurang baik atau sedang tidak bagus, supaya tetap bisa membuat pendengar merasa nyaman dan terhibur. Jadi, fleksibilitasnya cukup besar, mereka nggak harus terpaku pada skrip atau naskah yang sudah ada, tapi juga boleh improvisasi sesuai situasi dan kondisi siaran. Ini penting supaya siaran tetap terasa natural dan hidup, bukan kaku dan monoton. Namun, di balik itu, penyiar juga harus tetap menjaga batasan agar pembawaan tetap profesional dan sesuai dengan karakter program”.

Fleksibilitas menjadi salah satu ciri utama dalam gaya penyiaran. Penyiar tidak dituntut untuk membaca naskah secara kaku atau mengikuti skrip kata demi kata, melainkan diberi keleluasaan untuk mengembangkan materi siaran secara spontan dan sesuai dengan suasana yang berkembang di studio maupun respons pendengar. Pendekatan ini dipilih untuk menjaga agar siaran tetap terasa natural, cair, dan tidak monoton. Improvisasi bukan hanya diperbolehkan, tetapi justru menjadi kekuatan utama yang membuat program terasa hidup dan dekat dengan audiens.

Ida Rahmat selaku penyiar pada program Asoy Geboy dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, menyampaikan bahwa:

“Nggak sesuai dengan apa yang ditulis itu nggak masalah, asal poin pentingnya tetap tersampaikan ke pendengar. Jadi nggak harus kaku ngikutin teks atau catatan yang udah disiapkan sebelumnya. Kita justru dikasih fleksibilitas tinggi buat improvisasi selama siaran, karena gaya bicara yang

terlalu dibaca banget malah bisa bikin pendengar ngerasa kaku atau nggak natural. Biasanya sih kita pegang garis besar aja ya, kayak topik utama, poin-poin yang wajib disampaikan, sama jadwal iklan atau ad-libs. Nah selebihnya penyiar bebas aja ngembangin. Kadang pas on air malah muncul ide-ide baru yang lebih segar".

Pernyataan ini menegaskan bahwa keberhasilan siaran tidak semata bergantung pada kepatuhan terhadap skrip, melainkan pada kemampuan penyiar dalam beradaptasi, berimprovisasi, dan membaca situasi secara real-time. Improvisasi yang dilakukan secara tepat memungkinkan munculnya ide-ide segar yang tidak direncanakan sebelumnya, sehingga siaran menjadi lebih hidup dan relevan dengan kondisi terkini. Meskipun begitu, fleksibilitas ini tetap dibingkai dalam koridor profesional, memastikan bahwa konten yang disampaikan tetap sesuai dengan format program dan ekspektasi pendengar. Pendekatan ini menciptakan keseimbangan antara kebebasan berekspresi dan tanggung jawab penyiaran, yang menjadi ciri khas Asoy Geboy dan Radio Elpas FM secara keseluruhan.

Untuk menjaga agar siaran tetap menarik, dinamis, dan tidak monoton, penyusunan skrip di Radio Elpas FM, khususnya dalam program Asoy Geboy, tidak mengikuti format yang baku atau kaku. Tidak ada aturan tertulis yang mengikat penyiar dalam cara mereka menyusun atau menyampaikan materi siaran. Sebaliknya, penyiar justru didorong untuk mengekspresikan kreativitas dan keunikan gaya siaran masing-masing sebagai bagian dari upaya membangun kedekatan emosional dengan pendengar.

Yayat Dyatna selaku *Program Director* dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, menjelaskan bahwa kebebasan dalam menyusun skrip merupakan strategi untuk menjaga keberagaman dan daya tarik setiap program. Penyiar diberikan keleluasaan penuh dalam memilih diksi, menyusun alur penyampaian, dan menciptakan interaksi yang sesuai dengan karakter dan gaya mereka. Meskipun begitu, tetap ada panduan umum dari tim produksi untuk memastikan bahwa isi siaran tetap relevan dengan identitas program dan sesuai dengan target audiens:

"Sebenarnya nggak ada format baku atau aturan khusus dalam membuat skrip supaya siaran nggak monoton dan tetap menarik. Semua itu sangat bergantung pada kreativitas penyiar masing-masing. Penyiar diberi keleluasaan untuk mengekspresikan gaya mereka sendiri dalam menyampaikan materi, memilih kata-kata, dan membangun interaksi dengan pendengar. Dengan begitu, tiap penyiar bisa membawa warna dan karakter uniknya sendiri dalam siaran, yang otomatis membuat program terasa lebih hidup dan variatif. Namun, meskipun begitu, tetap ada panduan umum dari tim produksi supaya kontennya tetap relevan dan sesuai dengan target audiens."

Meskipun secara umum penyiar memiliki skrip atau alur siaran yang terdiri dari bagian pembukaan, isi, hingga penutup, namun keberhasilan sebuah siaran sangat bergantung pada cara penyampaiannya. Oleh karena itu, kreativitas dan improvisasi menjadi kunci utama agar konten tetap menarik dan terasa segar bagi pendengar.

Ida Rahmat selaku penyiar pada program Asoy Geboy dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, menyampaikan lebih lanjut yang mengatakan bahwa:

“Kalau script yang ditulis itu memang bentuknya ya begitu-begitu aja, maksudnya pasti udah ada format atau alur yang ditentukan dari awal, kayak pembukaan, isi, sama penutup. Tapi biar nggak monoton, itu pintar-pintarnya penyiar aja yang harus bisa improve. Jadi meskipun naskahnya sama, penyampaiannya bisa beda-beda tergantung kreativitas dan gaya masing-masing penyiar. Biasanya juga penyiar itu udah tahu bagian mana yang bisa dimainin improvisasinya, kayak pas bagian sapaan ke pendengar, transisi antar lagu, atau pas ngebaca ad-libs. Di situ mereka bisa tambahkan gaya bahasa yang lebih santai, lucu, atau relate sama kehidupan sehari-hari. Itu yang bikin siaran terasa lebih hidup dan nggak ngebosenin, walaupun pakai script yang sama. Jadi, meskipun nggak ada format khusus yang harus selalu berbeda-beda tiap hari, penyiar dituntut buat kreatif sendiri”.

Pernyataan tersebut menegaskan bahwa meskipun struktur skrip disiapkan sebagai panduan dasar, daya tarik siaran ditentukan oleh kreativitas individu penyiar dalam menghidupkan konten. Dengan sentuhan personal dan improvisasi yang tepat, bahkan skrip yang sama pun dapat disampaikan dengan nuansa berbeda, sehingga tidak terasa membosankan bagi pendengar yang menyimak setiap hari. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas siaran bukan hanya soal isi, tetapi juga soal bagaimana penyiar menyampaikan, menyesuaikan, dan berinteraksi dengan audiens dalam setiap momennya. Inilah yang menjadikan Asoy Geboy tetap menarik, hidup, dan mampu mempertahankan kedekatan emosional dengan para pendengarnya.

2. Produksi

Tahap produksi dalam program Asoy Geboy merupakan pelaksanaan siaran langsung yang dilakukan setiap hari Senin hingga Jumat, mulai pukul 09.00 hingga 12.00 WIB. Pada tahap ini, penyiar berperan sentral sebagai pembawa suasana sekaligus jembatan interaktif antara stasiun radio dan para pendengarnya. Siaran dibuka dengan sapaan yang hangat, ceria, dan penuh keakraban, menciptakan nuansa siang hari yang santai namun tetap menghibur.

Sebagai program unggulan dengan konsep hiburan interaktif, Asoy Geboy menyuguhkan deretan lagu-lagu dangdut pilihan yang telah dikurasi berdasarkan tren dan selera pendengar. Di sela-sela pemutaran lagu, penyiar mengajak pendengar untuk berpartisipasi melalui kirim-kirim salam, request lagu, hingga sesi karaoke jarak jauh yang menjadi ciri khas program ini. Tak jarang, suasana studio yang ceria dan penuh canda terekam melalui siaran langsung di media sosial seperti TikTok dan Instagram, sehingga memperluas jangkauan dan menciptakan interaksi dua arah secara real-time.

Tahap produksi dalam Asoy Geboy tidak hanya sebatas aspek teknis penyiaran, melainkan juga mencakup pembentukan narasi dan realitas sosial yang dikemas secara simbolik melalui gaya penyampaian yang ringan, lucu, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari pendengar. Melalui pendekatan ini, tim produksi dan penyiar berhasil menghadirkan pengalaman siaran yang tidak hanya menghibur, tetapi juga membangun kedekatan emosional dengan audiens lintas usia dan latar belakang.

a) Membentuk Realitas Subjektif

Berdasarkan pendekatan teori konstruksi sosial media massa oleh Armawati Arbi, khususnya pada tahapan “membentuk realitas subjektif,” tim produksi ELPAS FM tidak hanya menyampaikan fakta atau informasi mentah, melainkan

melakukan seleksi, pendalaman, penonjolan, hingga penyempitan makna terhadap berbagai isu yang akan ditampilkan dalam program.

Tahap membentuk realitas subjektif menjadi penting karena di sinilah tim produksi dan penyiar menentukan bagaimana suatu tema atau informasi diseleksi, ditafsirkan, dan disampaikan kepada pendengar. Meskipun konten utama program bersifat ringan dan menghibur, bukan berarti proses seleksi tema dilakukan secara sembarangan.

Yayat Dyatna selaku *program Director* dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, menjelaskan bahwa sebelum tema atau informasi tertentu disampaikan ke udara, tim terlebih dahulu melakukan proses seleksi yang ketat. Setiap materi ditelaah secara mendalam untuk memastikan tidak ada unsur yang menyinggung, meresahkan, atau melanggar etika penyiaran. Hal ini dilakukan demi menjaga integritas program dan menghindari sanksi dari lembaga pengawas seperti Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Selain itu, sensitivitas isu dan relevansinya terhadap kondisi sosial pendengar juga menjadi pertimbangan utama dalam pemilihan tema:

“Sebelum informasi atau tema tertentu disampaikan ke pendengar, tim selalu melakukan seleksi ketat terlebih dahulu. Setiap materi yang akan dibahas dibaca dan dicek secara mendalam supaya tidak ada kata-kata yang kurang tepat atau menyinggung pihak tertentu. Di dunia siaran radio, kita sangat memperhatikan aturan dari KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) yang memantau isi siaran agar sesuai dengan regulasi dan etika penyiaran. Kalau ada kesalahan ucap atau penyampaian yang tidak pantas, pasti akan kena teguran atau sanksi”.

Membentuk realitas subjektif tidak hanya berkaitan dengan apa yang disampaikan kepada pendengar, tetapi juga bagaimana isu tersebut dipilih dan dikemas secara hati-hati agar tetap informatif, relevan, dan tidak menimbulkan kesalahpahaman. Meskipun program Asoy Geboy berfokus pada hiburan, setiap informasi atau tema yang akan dibawa ke dalam siaran tetap melalui proses seleksi yang ketat. Hal ini mencerminkan kesadaran bahwa media radio, sekalipun bersifat hiburan, memiliki tanggung jawab moral dan sosial terhadap audiensnya.

Ida Rahmat selaku penyiar Asoy Geboy dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025 menjelaskan bahwa ketika menghadapi isu-isu yang sedang ramai diperbincangkan, prioritas utama adalah memastikan kebenaran informasi dan kredibilitas narasumber. Validasi dilakukan secara mandiri oleh penyiar dengan pendekatan yang hati-hati dan selektif. Jika suatu tema dianggap belum cukup jelas atau masih meragukan, maka lebih baik ditunda atau bahkan tidak disiarkan sama sekali, demi menjaga kepercayaan pendengar:

“Nah ini harus dicari dulu narasumbernya, apakah ini valid atau nggak, soalnya kita takutnya itu cuma sekedar hoaks aja, jadi kita nggak berani ambil risiko sih. Biasanya kalau ada isu atau tema yang lagi rame, kita cari dulu siapa narasumber yang bisa dipercaya untuk ngomong soal itu. Misalnya, kalau temanya soal kesehatan, ya kita pastikan narasumbernya dari Dinas Kesehatan atau orang yang memang punya kapabilitas bicara soal itu. Kita nggak mau asal comot info dari media sosial terus langsung disiarkan, karena bisa bahaya kalau ternyata salah. Sebelum siaran juga biasanya dicek lagi tuh materinya sama penyiar, kira-kira ini aman nggak

dibawain di radio. Karena kan kita juga ada tanggung jawab moral ke pendengar. Jangan sampai kita jadi penyebar info yang nggak jelas”.

Pernyataan ini memperkuat bahwa dalam proses membentuk realitas subjektif, penyiar Asoy Geboy tidak hanya bertugas menghibur, tetapi juga menjadi kurator informasi yang harus mampu memilah mana isu yang layak untuk disampaikan. Kepekaan terhadap konteks sosial, kehati-hatian dalam memilih sumber, dan kesadaran akan dampak dari informasi yang disiarkan menjadi pedoman penting dalam proses ini. Dengan demikian, program tidak hanya berperan sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media yang menjaga kredibilitas dan kepercayaan pendengarnya.

Penyusunan dan penyampaian informasi tidak lepas dari proses seleksi yang bertujuan untuk menyesuaikan isi program dengan norma sosial, karakter program, serta sensitivitas audiens. Pada tahap pembentukan realitas subjektif, tim produksi dan penyiar program Asoy Geboy secara aktif menentukan bagian mana dari suatu informasi yang perlu ditonjolkan dan bagian mana yang perlu diminimalkan atau bahkan dihilangkan. Proses ini tidak hanya dilakukan untuk menjaga kelayakan siaran, tetapi juga untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan tetap obyektif, relevan, dan tidak menimbulkan bias atau polemik yang tidak perlu. Hal ini disampaikan oleh Yayat Dyatna selaku *Program Director* dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, yang menyatakan bahwa:

“Indikator utama yang kami gunakan untuk menonjolkan atau mengecilkan bagian tertentu dari realitas sosial adalah seleksi kata-kata dan isi informasi itu sendiri. Dari informasi yang kami dapatkan, misalnya dari internet atau media sosial, kami selalu baca dan telaah secara teliti terlebih dahulu. Kami memilih bagian mana yang relevan dan penting untuk disampaikan kepada pendengar, serta mana yang kurang signifikan atau berpotensi menimbulkan kesalahpahaman, sehingga bisa diperkecil atau dihilangkan. Jadi, kami tidak sembarangan menyampaikan informasi tanpa pertimbangan matang. Proses ini bertujuan agar pesan yang disampaikan tetap objektif, tidak menimbulkan bias berlebihan, dan sesuai dengan norma yang berlaku.”

Pernyataan ini menggambarkan bagaimana penyiar Asoy Geboy bertindak sebagai filter utama dalam mengemas realitas sosial. Proses ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga etis yang dilakukan dengan mempertimbangkan dampak sosial dari setiap informasi yang dibagikan, pengelolaan isu bukan hanya soal memilih topik yang populer, tetapi juga tentang bagaimana isu tersebut dikemas agar tetap sesuai dengan identitas program. Penyiar berperan sebagai kurator informasi yang tidak hanya mempertimbangkan nilai berita, tetapi juga dampaknya terhadap suasana siaran dan kenyamanan pendengar. Dengan mengedepankan prinsip fleksibilitas yang bertanggung jawab, program ini mampu tetap relevan mengikuti perkembangan sosial tanpa kehilangan ciri khasnya sebagai tayangan hiburan yang ringan dan menyenangkan.

Dalam proses penyusunan dan penyampaian narasi siaran, tidak semua program radio menerapkan sistem brainstorming formal sebagai langkah akhir sebelum konten dibacakan. Hal ini juga berlaku pada program Asoy Geboy di Radio Elpas

FM, di mana penyiar memiliki kebebasan dan kepercayaan penuh dalam menentukan dan menyusun narasi yang akan dibawakan. Narasi tersebut disesuaikan dengan gaya masing-masing penyiar, tanpa perlu melewati proses diskusi kelompok atau penyusunan bersama secara resmi sebelum siaran berlangsung.

Yayat Dyatna selaku *Program Director* dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, menjelaskan bahwa proses penyusunan narasi akhir dalam program ini lebih bersifat individual. Masing-masing penyiar merancang dan membawakan kontennya secara mandiri berdasarkan pemahaman dan gaya personal. Evaluasi terhadap penyampaian baru dilakukan setelah siaran selesai, bukan sebelumnya. Evaluasi ini bertujuan untuk menilai apakah informasi yang disampaikan telah sesuai dengan standar, gaya program, dan harapan audiens. Jika ditemukan kekurangan, masukan dari tim atau pendengar akan digunakan sebagai bahan perbaikan untuk siaran selanjutnya:

“Untuk proses menyepakati narasi akhir sebenarnya tidak ada sesi brainstorming formal. Penyiarlah yang menyusun dan membawakan narasi sesuai dengan gaya dan pemahaman mereka masing-masing. Setelah siaran berlangsung, kami melakukan evaluasi dengan mendengarkan rekaman siaran tersebut. Evaluasi ini penting untuk menilai apakah penyiar sudah menyampaikan informasi dengan tepat dan sesuai standar. Jika ada masukan atau kritik dari pendengar, kami juga menindaklanjutinya dengan menunjukkan rekaman siaran sebagai bukti untuk mengidentifikasi kesalahan atau kekurangan. Dari situ, penyiar diberi kesempatan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas penyampaian di siaran berikutnya. Jadi, proses perbaikan lebih bersifat feedback pasca siaran daripada pertemuan bersama sebelum siaran.”

Penjelasan tersebut menggambarkan bahwa dalam program Asoy Geboy, proses penguatan narasi lebih mengandalkan refleksi dan evaluasi pasca siaran daripada koordinasi pra-siaran. Pendekatan ini sejalan dengan karakter program yang fleksibel dan berorientasi pada gaya personal penyiar, sekaligus tetap menjaga kualitas penyampaian melalui sistem umpan balik yang konstruktif. Dengan demikian, meskipun tidak ada proses penyepakatan narasi secara formal sebelumnya, kualitas siaran tetap terjaga melalui evaluasi rutin dan perbaikan berkelanjutan. Hal ini juga dijelaskan lebih lanjut oleh Ida Rahamat selaku penyiar Program Asoy Geboy dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025 yang menyatakan bahwa:

“Oh itu mungkin kalau misalnya ada talk show baru, ya biasanya kita briefing dulu sih. Jadi sebelum siaran dimulai, kita ngobrol dulu sama narasumbernya, ngebahas poin-poin apa aja yang akan disampaikan, supaya saat siaran itu obrolannya tetap terarah dan nggak melebar ke mana-mana. Tapi, briefing-nya juga nggak terlalu formal atau kaku banget, lebih ke diskusi ringan aja supaya tetap nyaman buat narasumber dan penyiar juga enak ngebawainnya. Tapi kalau untuk program yang bukan talk show, seperti program musik atau hiburan, ya kebanyakan kita lebih natural aja. Penyiar itu biasanya sudah paham ritmenya seperti apa, mereka punya kebebasan untuk membangun narasi sendiri selama siaran. Jadi nggak ada skrip yang kaku atau narasi yang harus disepakati dulu, lebih fleksibel aja. Yang penting mereka tetap paham batasan

dan tujuan dari siarannya, jangan sampai keluar dari konteks program atau melanggar aturan siaran”.

Penyataan ini memperkuat bahwa dalam program Asoy Geboy di Radio Elpas FM, proses penyusunan narasi dan pemilihan konten siaran dilakukan dengan pendekatan yang fleksibel dan penuh kepercayaan pada penyiar. Tidak ada sesi brainstorming formal sebelum siaran, karena setiap penyiar diberi kebebasan untuk menyusun dan membawakan narasi sesuai dengan gaya dan pemahaman masing-masing. Evaluasi terhadap kualitas penyampaian dilakukan secara pasca siaran dengan mendengarkan rekaman dan menindaklanjuti masukan dari tim maupun pendengar sebagai bahan perbaikan.

Sebelum sebuah informasi disampaikan dalam siaran, tim program Asoy Geboy di Radio Elpas FM menerapkan proses penyaringan dan pendalaman materi secara cermat. Proses ini menjadi bagian penting dalam menjaga kredibilitas siaran, sekaligus memastikan bahwa informasi yang diterima pendengar telah melalui verifikasi awal yang memadai. Terutama untuk konten yang diperoleh dari internet atau sumber daring lainnya, validasi dilakukan untuk memastikan akurasi, relevansi, serta kesesuaian dengan regulasi penyiaran yang berlaku.

Hal ini dijelaskan lebih lanjut Yayat Dyatna, selaku *Program Director* dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, menjelaskan bahwa informasi tidak langsung digunakan begitu saja, melainkan harus ditelaah secara menyeluruh terlebih dahulu. Setiap konten diperiksa dengan mempertimbangkan potensi dampaknya terhadap audiens dan sejauh mana kebenarannya dapat dipertanggungjawabkan:

“Sebelum informasi disampaikan ke pendengar, proses penyaringan dilakukan terlebih dahulu dengan cara dibaca dan ditelaah secara menyeluruh. Informasi yang didapat, terutama dari internet atau sumber luar, tidak langsung digunakan begitu saja. Kami pastikan terlebih dahulu bahwa isi informasinya tidak menimbulkan kesalahpahaman, tidak mengandung unsur provokatif, dan tidak bertentangan dengan regulasi penyiaran seperti yang diatur oleh KPI. Kalau ada data atau fakta yang dirasa belum jelas, biasanya dicari referensi pendukung lainnya untuk memperdalam dan memastikan akurasinya”.

Senada dengan hal tersebut, Ida Rahmat dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, menambahkan bahwa sebagai penyiar, ia merasa memiliki tanggung jawab moral dan profesional untuk tidak hanya menyampaikan informasi secara menarik, tetapi juga dengan penuh pertimbangan. Menurutnya, validasi informasi tidak berhenti di seleksi sumber saja, tetapi juga dilihat dari konteks siaran dan karakter audiens:

“Itu kembali lagi ya ke yang pertama, kita sortir dulu informasinya, cari-cari dulu bahan yang relevan, baru kita pilah mana yang layak untuk disampaikan ke pendengar. Nah, sumbernya itu penting banget, terutama narasumbernya siapa. Jadi kita nggak sembarangan ambil informasi, karena kan sekarang ini banyak juga info-info di luar sana yang belum tentu bener, bisa aja hoax. Makanya kita harus pastikan dulu siapa yang menyampaikan info itu. Kalau dari narasumber resmi, misalnya dari pihak dinas atau institusi terpercaya, kita bisa lebih yakin buat angkat infonya. Tapi kalau dari sumber yang belum jelas, ya kita harus hati-hati banget.”

Gabungan perspektif Yayat dan Ida ini menunjukkan bahwa proses penyaringan informasi dalam Asoy Geboy tidak hanya didasarkan pada ketepatan fakta, tetapi juga pada etika penyiaran, pertimbangan naratif, serta tanggung jawab sosial. Dengan pendekatan yang selektif namun fleksibel ini, program Asoy Geboy tidak hanya menghibur, tetapi juga menjaga kualitas komunikasi publik yang sehat dan berimbang.

Proses ini juga didukung oleh tahap penyaringan dan pendalaman informasi, di mana informasi yang sudah dikumpulkan akan ditelusuri ulang ke sumber-sumber resmi atau media yang kredibel. Penyaringan ini bertujuan untuk memastikan bahwa informasi yang ditampilkan tidak hanya benar secara faktual, tetapi juga memiliki makna sosial yang membangun perspektif tertentu sesuai karakter program. Hal ini dijelaskan lebih lanjut

Ruang diskusi tim biasanya merupakan salah satu elemen penting untuk menyatukan sudut pandang dan membingkai isu secara kolektif sebelum dibawa ke publik. Namun, pendekatan ini tidak sepenuhnya diterapkan dalam program Asoy Geboy di Radio Elpas FM. Program ini justru memberikan otonomi yang luas kepada para penyiar untuk mengemas topik siaran secara mandiri. Setiap penyiar dipercaya untuk menentukan sendiri gaya dan sudut pandang pengemasan isu sesuai dengan karakter program serta target audiens masing-masing.

Yayat Dyatna selaku *Program Director* Asoy Geboy dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, menegaskan bahwa proses framing isu dalam program ini tidak melalui mekanisme diskusi kelompok atau forum formal. Sebaliknya, penyiar diberikan keleluasaan penuh untuk menentukan pendekatan penyajian konten, dengan tetap memperhatikan etika penyiaran dan karakteristik pendengar:

“Sebenarnya, untuk proses pengemasan isu sebelum disiarkan, tidak ada ruang diskusi khusus antar tim. Semua itu lebih diserahkan kepada masing-masing penyiar. Jadi, tidak ada rapat atau forum rutin yang membahas bagaimana suatu isu harus dibingkai atau disajikan. Penyiar diberi kebebasan dan tanggung jawab penuh untuk mengatur sendiri cara mereka mengemas informasi atau topik yang dibawa, selama masih sesuai dengan gaya siaran, segmentasi pendengar, dan tetap mematuhi aturan yang berlaku. Kalau ada kekeliruan atau hal yang perlu dikoreksi, biasanya dibahas setelah siaran melalui evaluasi, bukan dalam bentuk diskusi sebelum siaran”.

Proses kreatif lebih menekankan pada inisiatif individu daripada kerja kolektif yang terstruktur. Meskipun tanpa forum diskusi khusus, tanggung jawab profesional tetap menjadi landasan utama. Dengan demikian, meski tanpa struktur diskusi yang baku, penyiar tetap menjalankan tanggung jawab profesional dalam menyampaikan informasi secara akurat dan sesuai etika penyiaran. Pendekatan ini menciptakan ruang yang dinamis dan kreatif, namun tetap menjaga standar siaran yang konsisten.

b) Mengemas Realitas Simbolik

Dalam teori konstruksi sosial media massa menurut Armawati Arbi, setelah realitas subjektif terbentuk melalui seleksi dan pendalaman informasi, tahap selanjutnya adalah mengemas realitas simbolik. Pada fase ini, tim produksi tidak

sekadar menyampaikan pesan, melainkan mengolah realitas yang telah dipilih menjadi paket siaran yang komunikatif, menarik, dan penuh makna simbolik. Proses ini menciptakan *penanda khas* yang membuat program dapat dikenali, diterima, dan bahkan diidentifikasi oleh pendengarnya.

Dalam proses produksi siaran radio, khususnya pada program-program hiburan seperti Asoy Geboy di Radio Elpas FM, pengemasan realitas simbolik menjadi bagian penting dalam menyampaikan pesan kepada pendengar. Hal ini menyangkut bagaimana penyiar merangkai unsur informasi dan hiburan menjadi satu kesatuan yang utuh dan menyenangkan. Tidak hanya sekadar menyampaikan fakta atau promosi, tetapi juga membangun suasana yang sesuai dengan karakter program. Proses ini sepenuhnya bergantung pada kreativitas penyiar. Mereka diberi kebebasan untuk menentukan cara terbaik dalam menyisipkan informasi tanpa mengurangi nuansa hiburan dari acara yang dibawakan. Improvisasi dan pemilihan musik yang relevan menjadi elemen penting dalam membentuk atmosfer siaran yang ringan namun tetap informatif.

Dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, Yayat Dyatna selaku *Program Director*, menjelaskan bahwa:

“Itu balik lagi ke penyiar, tergantung kreativitas mereka dalam memadukan antara informasi dan hiburan. Misalnya, ketika sedang menyampaikan iklan atau adlibs tentang kuliner, kita harus pintar memilih lagu yang temanya nyambung Improvisasi sangat penting di sini, penyiar harus bisa membangun narasi yang ringan tapi tetap informatif”.

Dari penjelasan tersebut, terlihat bahwa penyiar tidak hanya berperan sebagai komunikator, tetapi juga sebagai kreator narasi yang harus mampu menyelaraskan antara pesan yang ingin disampaikan dengan suasana emosional pendengar. Hal ini juga tercermin dari gaya siaran para penyiar di program Asoy Geboy Radio Elpas FM, yang lebih mengedepankan spontanitas, fleksibilitas, dan kepekaan terhadap suasana saat siaran berlangsung. Alih-alih menyusun skema pengemasan konten secara terstruktur, para penyiar mengandalkan intuisi dan feeling untuk menentukan porsi informasi serta hiburan secara proporsional.

Hal ini diperkuat oleh Ida Rahmat selaku penyiar program Asoy Geboy dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, yang mengatakan bahwa:

“Oh iya itu, sejauh ini sih nggak sih, kalau aku pribadi ya, jarang banget aku ngemas siaran itu yang benar-benar memadukan informasi sama hiburan secara formal. Jadi aku nggak yang kayak harus nyambungin antara lagu sama topik yang dibahas, ya. Aku lebih ke feeling aja. Misalnya, aku lihat cuaca hari ini mendung atau hujan, ya aku muter lagu-lagu yang nadanya medium, lebih kalem biar cocok sama suasana. Tapi kalau cuacanya cerah, panas, rame, ya aku pilih lagu yang lebih enerjik, lebih semangat. Jadi sebenarnya pendekatannya lebih spontan dan fleksibel. Informasi itu masuk kalau memang relevan sama situasi atau suasana, misalnya ngomongin tentang kondisi lalu lintas atau cuaca sekarang. Tapi kalau nggak ada informasi, ya tetap bisa menghibur lewat pilihan lagu dan cara kita bawain siarannya”.

Dari kedua pernyataan tersebut, terlihat bahwa peran penyiar sangat sentral dalam menciptakan pengalaman siaran yang menyatu secara alami antara hiburan

dan informasi. Bukan melalui perencanaan rumit, melainkan lewat kepekaan mereka terhadap konteks serta kemampuan berimprovisasi di udara. Pendekatan ini menjadikan siaran lebih hidup, relevan, dan tetap terasa menyenangkan bagi pendengar.

Untuk memperkuat identitas siaran dan memperdalam kesan simbolik yang ingin dibangun, program “Asoy Geboy” juga secara sadar menghadirkan simbol-simbol khas yang membedakan dirinya dari program lain di Radio ELPAS FM. Simbol ini bukan hanya hadir dalam bentuk visual atau teks, tetapi juga melalui elemen audio yang khas dan konsisten, seperti jargon, backsound, jingle, hingga efek suara (*sound effect/SFX*) yang secara berulang digunakan dalam setiap segmen siaran. Kehadiran elemen-elemen ini tidak hanya memperkuat branding program, tetapi juga membantu menciptakan kedekatan emosional antara penyiar dan pendengar. Yayat Dyatna, selaku Program Director Radio ELPAS FM dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, menjelaskan bahwa kekhasan program lebih ditonjolkan melalui pendekatan budaya lokal dan segmentasi musik yang tepat sasaran, khususnya untuk masyarakat Bogor dan sekitarnya:

“Kalau untuk jargon sih nggak ada yang khusus ya, tapi kita punya ciri khas yang jadi pembeda, yaitu tagline ‘Radionya Orang Bogor’. Tagline ini jadi identitas utama kita karena memang kita siarannya berbasis di Bogor dan menyasar pendengar lokal. Dulu malah lebih terasa nuansa Sundanya, karena zaman dulu sempat ada program ‘dongeng radio’ yang pakai bahasa Sunda, itu jadi salah satu warisan siaran yang cukup dikenang. Walaupun sekarang programnya sudah lebih modern, tapi semangat kedaerahannya masih kita bawa. Nah, kalau dari sisi musik, identitas kita paling kuat ada di genre dangdut. Bisa dibilang 60% isi siaran kita itu lagu dangdut, terutama yang klasik dan familiar di telinga pendengar setia”.

Senada dengan hal tersebut, Ida Rahmat selaku penyiar program Asoy Geboy dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, yang menambahkan bahwa simbol dan gaya khas suatu program dapat muncul dari berbagai elemen siaran seperti musik pembuka, pilihan suara efek, hingga jenis musik yang diputar selama program berlangsung. Semua elemen ini berfungsi untuk menciptakan identitas yang kuat dan mudah dikenali oleh pendengar:

“Kalau soal simbol atau gaya khas, masing-masing program itu memang punya ciri khasnya sendiri. Misalnya, ada program yang pakai jargon tertentu sebagai ciri pembeda, terus ada juga yang pakai musik pembuka atau suara efek khusus supaya pendengar langsung ngeh itu program mana. Jadi sebenarnya, tiap program punya cara unik untuk bikin identitasnya kuat di telinga pendengar. Kalau musik, biasanya dipilih yang sesuai sama tema atau mood program itu”.

Dari pemaparan tersebut, terlihat bahwa Asoy Geboy membangun simbolisme programnya tidak semata-mata lewat elemen teknis seperti efek suara atau jargon verbal, melainkan melalui konsistensi dalam suasana siaran, pilihan musik lokal seperti dangdut klasik, serta penggunaan tagline yang merepresentasikan identitas geografis. Ini menunjukkan bahwa simbol dalam siaran dapat bersifat fleksibel dan kontekstual, namun tetap memiliki daya ingat yang kuat di benak pendengar.

Penggunaan musik atau *background* dalam program siaran radio memiliki peran penting dalam membentuk suasana dan memberikan kesan tertentu terhadap konten yang disampaikan. Musik generasi, baik berupa lagu yang sedang populer maupun instrumental yang disesuaikan dengan era atau selera pendengar tertentu, sering kali dimanfaatkan sebagai elemen pendukung untuk memperkuat pesan atau emosi yang ingin dibangun selama siaran. Di Radio Elpas FM, khususnya dalam program *Asoy Geboy*, pemanfaatan musik ini tidak diatur secara baku oleh manajemen, melainkan lebih bersifat fleksibel dan disesuaikan dengan kreativitas penyiar.

Yayat Dyatna, Program Director *Asoy Geboy* dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, menjelaskan:

“Kalau musik atau dari background sih biasanya masing-masing program itu beda-beda, tergantung dari jenis konten dan gaya penyiarannya. Jadi nggak ada ketentuan baku dari manajemen soal musik latar atau background, semuanya dikembalikan ke penyiar masing-masing. Penyiar bebas memilih musik atau background yang menurut mereka enak didengar dan cocok dengan suasana konten yang sedang dibawakan. Misalnya kalau programnya agak serius atau informatif, biasanya mereka pilih musik yang lebih soft atau instrumental supaya nggak ganggu narasi. Tapi kalau kontennya santai, kayak talk ringan atau hiburan, bisa pakai musik yang lebih ceria, up-beat, atau bahkan yang lagi viral biar lebih relevan sama selera pendengar. Jadi secara umum, background itu memang jadi alat bantu buat memperkuat mood atau kesan dari konten yang disampaikan. Dan karena sifatnya fleksibel, penyiar punya ruang kreativitas yang luas buat menentukan mana yang paling pas buat program mereka.”

Pemilihan musik dan background dalam program radio bersifat fleksibel dan tidak diatur secara baku oleh manajemen. Setiap penyiar diberi kebebasan untuk memilih musik latar yang sesuai dengan gaya penyampaian dan nuansa konten yang dibawakan. Musik dengan karakter lembut atau instrumental biasanya digunakan untuk program yang bersifat serius atau informatif, sedangkan musik ceria dan up-beat dipilih untuk konten yang santai dan menghibur. Dengan kebebasan ini, background menjadi elemen penting dalam membangun suasana dan memperkuat pesan siaran, sekaligus memberikan ruang kreativitas bagi penyiar dalam mengemas program mereka.

Menyatukan unsur informasi dan hiburan dalam satu siaran secara seimbang merupakan tantangan tersendiri dalam dunia penyiaran radio. Keseimbangan antara keduanya tidak hanya bergantung pada isi konten, tetapi juga sangat ditentukan oleh strategi pengemasan dan cara penyampaian. Di sinilah peran penyiar menjadi kunci utama bagaimana mereka mengatur durasi, memilih gaya bahasa yang tepat, dan memadukan elemen informasi dengan hiburan agar tetap menarik bagi pendengar.

Menurut penuturan Yayat Dyatna dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, selaku *Program Director* di program *Asoy Geboy*, yang menyatakan bahwa:

“Pinter-pinternya penyiar aja sih sebenarnya dalam menghitung waktu, kayak durasi lagu, durasi iklan, dan seberapa banyak informasi yang mau disampaikan. Jadi misalnya satu segmen itu ada 15 menit, penyiar harus tahu tuh gimana cara bagi waktunya misalnya 2 lagu, terus sisanya buat ngobrol

santai atau menyampaikan informasi. Nah, informasi yang disampaikan juga harus dikemas ringan, jangan kaku, supaya nyambung sama nuansa hiburan di siaran”.

Dengan pendekatan seperti ini, penyiar tidak hanya bertindak sebagai pembawa acara, tetapi juga sebagai perancang suasana yang menjaga agar informasi tetap tersampaikan secara efektif, tanpa mengurangi nilai hiburan yang menjadi ciri khas radio. Penyampaian yang fleksibel, gaya bahasa yang santai, dan improvisasi yang sesuai dengan konteks membuat siaran terasa lebih hidup dan relevan bagi pendengar. Keputusan untuk menyisipkan informasi ke dalam alur hiburan tidak selalu melalui perencanaan formal atau skema teknis yang baku. Sering kali, keputusan tersebut bersifat spontan, berdasarkan situasi yang sedang berlangsung saat itu, termasuk suasana lagu yang sedang diputar atau jenis informasi yang harus disampaikan. Hal ini diungkapkan oleh salah satu penyiar program Asoy Geboy Ida Rahmat, yang menyampaikan bahwa proses siaran lebih banyak berjalan secara natural dan fleksibel, menyesuaikan dengan kondisi saat itu:

“Karena ya itu karena saya kan bukan punya informasi tapi kadang-kadang dikasih juga jadi ya apa ya berjalan aja gitu berjalan aja kalau misalnya sih lagu ini lagi lagu lagu selesai ada berita yang harus saya baca nih gitu tiba-tiba harusnya baca aja gitu misalnya lagu lagi yang tinggi yang lagi tinggi tapi ada berita yang low berarti itu enggak enggak berpengaruh kayak gitu Tergantung eh bukan tergantung Ya terserah aja terserah penyiarnya tapi kebanyakan tapi langsung diganti ke lagu yang low”.

Pernyataan ini sejalan dengan pendekatan yang dijelaskan oleh Ida Rahmat, penyiar Asoy Geboy, yang menekankan bahwa penyiar memang memiliki kebebasan penuh dalam menyesuaikan mood siaran. Tidak ada aturan kaku yang membatasi urutan lagu atau pengaturan suasana sebelum atau sesudah penyampaian informasi. Namun, meskipun bersifat spontan, penyiar tetap mempertimbangkan kenyamanan pendengar.

Dalam dunia penyiaran radio, penggunaan elemen simbolik seperti slogan, jargon, hingga format tetap sebuah program bukan hanya menjadi penanda identitas, tetapi juga membangun hubungan emosional antara penyiar dan pendengar. Hal ini tercermin dari tanggapan positif yang diterima penyiar terhadap elemen-elemen tersebut.

Yayat Dyatna selaku *Program Director* dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, menjelaskan:

“Selama ini sih nggak ada respon negatif ya dari pendengar soal elemen-elemen simbolik yang kita pakai, kayak slogan ‘Radionya Orang Bogor’ itu malah jadi ciri khas yang mereka kenal dan hafal. Kalau dari sisi respon positif, Alhamdulillah justru banyak banget. Kita lihat dari interaksi mereka yang aktif, misalnya nelpo langsung ke studio, kirim pesan lewat WhatsApp, atau komen di media sosial. Kadang mereka suka nyebut sendiri jargon atau menyanyikan slogan yang sering kita ucapin di siaran. Bahkan, ada juga yang sampai minta supaya konten tertentu jangan dihapus, misalnya segmen karaoke. Mereka tuh sampai berebut pengen ikutan, ngirim request lagu, dan nunggu giliran nyanyi bareng lewat telepon. Itu jadi bukti kalau format tetap

atau simbolik yang kita pakai memang berhasil bikin kedekatan emosional sama pendengar. Jadi meskipun kesannya sederhana, tapi ternyata itu ngaruh besar untuk mempertahankan loyalitas pendengar”.

Elemen simbolik seperti slogan, tagline, hingga format tetap sebuah program ternyata bukan sekadar pelengkap siaran, melainkan memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk kedekatan emosional antara penyiar dan pendengar. Penyiar dari program Asoy Geboy, Ida Rahmat dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, menegaskan bahwa elemen-elemen simbolik tersebut bukan hanya berfungsi sebagai identitas program, tetapi juga menjadi "penanda emosional" yang mengikat pendengar secara psikologis dengan siaran yang mereka sukai:

“Iya, jadi kalau saya lihat sih, pendengar itu sebenarnya lebih mengikuti penyiar favorit mereka. Mereka seringkali merasa punya koneksi khusus dengan penyiar yang mereka suka, jadi elemen simbolik seperti slogan atau format tetap itu jadi semacam ‘kode’ atau ciri khas yang mereka kenali dan tunggu-tunggu. Misalnya, saat penyiar membuka siaran dengan jargon atau tagline tertentu, pendengar jadi merasa ‘ini acaraku, aku nyaman di sini. Selain itu, format tetap seperti segmen khusus atau gaya pembawaan juga bikin pendengar merasa familiar dan makin betah, karena mereka tahu apa yang diharapkan di setiap waktu siaran”.

Pernyataan Ida memperkuat pandangan bahwa simbol dan format siaran tidak hanya menjadi aspek teknis dari produksi konten radio, tetapi juga merupakan bagian dari ritual mendengar yang dinantikan audiens. Ketika sebuah program mempertahankan konsistensi gaya, jargon, hingga format segmennya, hal itu menciptakan rasa aman dan akrab bagi pendengar. Mereka tahu kapan harus tertawa, kapan harus fokus, dan bahkan bisa menebak gaya bicara penyiar dalam situasi tertentu. Inilah yang membuat mereka betah dan tetap setia.

Elemen-elemen tersebut menjadi jembatan antara hiburan dan identitas, menciptakan *sense of belonging* yang membuat siaran terasa personal. Dengan begitu, bukan hanya isi siarannya yang penting, tetapi cara penyajiannya yang membangun kelekatan emosional, menjadikan radio bukan sekadar media dengar, tapi ruang yang akrab dan hidup bagi para pendengarnya.

3. Pasca Produksi

Tahap pasca-produksi dalam proses produksi program “Bogor In The Morning” bukan sekadar tahapan teknis yang bersifat administratif, melainkan merupakan proses penting dalam menilai dan menetapkan realitas objektif dari program yang telah disiarkan. Dalam perspektif konstruksi sosial media massa menurut Armawati Arbi, penetapan realitas objektif merupakan tahap di mana media mengevaluasi dan mengafirmasi konstruksi realitas yang telah dikemas dalam bentuk simbolik, guna melihat sejauh mana realitas tersebut diterima dan berdampak pada audiens.

Setiap usai siaran, tim produksi melakukan refleksi dan evaluasi internal terhadap pelaksanaan program yang baru saja ditayangkan. Proses ini bersifat rutin dan dilakukan secara informal, namun tetap sistematis. Evaluasi mencakup berbagai aspek mulai dari kesesuaian isi siaran dengan rundown, efektivitas penyampaian informasi, kualitas interaksi dengan pendengar, hingga respon audiens yang masuk melalui berbagai kanal komunikasi seperti WhatsApp dan media sosial.

a) Menetapkan Realitas Objektif.

Sebagai bagian dari upaya mempertahankan kualitas siaran, program “Asoy Geboy”. Menjaga kualitas siaran secara konsisten merupakan hal yang krusial agar program tetap relevan dan diminati oleh pendengar. Salah satu cara yang dilakukan untuk mencapai hal ini adalah melalui mekanisme evaluasi berkala terhadap isi dan pelaksanaan program. Proses evaluasi ini tidak hanya sekadar formalitas, tetapi menjadi bagian penting dalam membentuk realitas objektif atas kinerja penyiar maupun kualitas program secara keseluruhan. Yayat Dyatna selaku *Program Director* dalam wawancaranya 07 Mei 2025, menjelaskan bahwa stasiun radio tempatnya bekerja menerapkan evaluasi rutin setiap bulan sebagai bagian dari kontrol kualitas yang berkelanjutan:

“Kita ada, itu rutin dilaksanakan tiap satu bulan sekali, biasanya di akhir bulan. Evaluasinya mencakup seluruh program yang ada. Kita bahas satu-satu, mulai dari kontennya, cara penyampaian, sampai hal-hal teknis seperti sound dan durasi. Dalam evaluasi itu, kita sampaikan apa saja kekurangan dari masing-masing program, misalnya mana yang perlu ditingkatkan, apa yang sebaiknya dihilangkan, atau kebiasaan-kebiasaan penyiar yang kurang baik. Contohnya kayak pengucapan yang monoton, obrolan yang muter-muter nggak jelas, opening dan closing yang kurang menarik, atau penyiar yang kurang semangat. Biasanya dari tim kantor juga kasih catatan-catatan tambahan yang lebih objektif. Dan kalau penyiarnya masih nggak yakin atau merasa kurang puas sama masukan dari tim, mereka disarankan untuk dengerin lagi rekaman siarannya sendiri supaya bisa sadar dan tahu langsung bagian mana yang perlu dibetulin. Jadi sistem evaluasinya itu memang dibuat agar terus mendorong perbaikan dan peningkatan kualitas siaran secara berkelanjutan.”

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa mekanisme evaluasi berkala menjadi pilar penting dalam menjaga dan meningkatkan kualitas program siaran, termasuk program “Asoy Geboy”. Evaluasi yang dilakukan secara rutin setiap bulan tidak hanya bertujuan untuk menilai kinerja penyiar dan kualitas konten, tetapi juga berfungsi sebagai alat kontrol yang mendorong perbaikan berkelanjutan. Melalui diskusi menyeluruh yang mencakup aspek teknis dan non-teknis, serta adanya keterlibatan tim internal yang memberikan catatan objektif, proses evaluasi ini mampu membentuk kesadaran kritis bagi para penyiar terhadap kekurangan yang masih ada. Bahkan, anjuran untuk mendengarkan ulang rekaman siaran menjadi strategi reflektif yang efektif dalam menumbuhkan tanggung jawab profesional. Dengan demikian, sistem evaluasi yang diterapkan tidak sekadar menjadi rutinitas administratif, melainkan bagian integral dari upaya strategis dalam mempertahankan relevansi dan daya tarik program radio di tengah dinamika selera pendengar.

Evaluasi bukan hanya menjadi alat untuk menilai performa, tetapi juga sarana strategis untuk mendorong inovasi dan pengembangan program secara berkelanjutan. Evaluasi dilakukan secara rutin, biasanya setiap akhir bulan, dan mencakup berbagai aspek penting dari siaran, mulai dari isi program, cara penyampaian penyiar, hingga aspek teknis seperti sound dan durasi. Proses ini melibatkan dua tahapan utama: evaluasi mandiri oleh penyiar setelah siaran selesai,

serta evaluasi berkala bersama tim redaksi atau manajemen. Penyiar biasanya mendengarkan kembali rekaman siaran mereka untuk mengidentifikasi bagian-bagian yang perlu diperbaiki, seperti pengucapan yang kurang jelas, jeda yang terlalu panjang, atau gaya bicara yang terdengar monoton. Evaluasi mandiri ini penting untuk meningkatkan kesadaran penyiar terhadap kualitas siaran mereka sendiri.

Sementara itu, evaluasi bersama tim bertujuan untuk memberikan masukan objektif yang lebih luas. Dalam evaluasi ini, disampaikan catatan-catatan penting terkait kekurangan maupun potensi program, seperti konten yang kurang relevan, penyampaian yang terlalu cepat atau datar, hingga pembawaan acara yang tidak cukup menarik. Semua masukan tersebut tidak berhenti sebagai kritik, tetapi dijadikan acuan konkret untuk pengembangan program ke depan. Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Yayat Dyatna selaku *Program Director* dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, yang menyatakan bahwa:

“Mereka harus memperbaiki kesalahan, kekurangannya apa, dan apa yang harus ditambahkan dari hasil evaluasi itu. Misalnya, kalau ada bagian siaran yang terasa monoton, atau topik-topiknya terlalu datar dan nggak relevan lagi, maka itu jadi catatan penting untuk diperbaiki. Atau kalau ada gaya bicara penyiar yang terlalu cepat atau kurang artikulatif, itu juga disampaikan supaya lebih diperhatikan ke depannya. Selain itu, dari hasil evaluasi kita juga bisa menambahkan elemen-elemen baru yang dibutuhkan, misalnya segmen baru yang lebih interaktif, penambahan sound effect, atau variasi musik agar lebih segar. Jadi, hasil evaluasi itu bukan cuma kritik, tapi jadi acuan konkret untuk pengembangan program biar lebih sesuai dengan kebutuhan pendengar dan lebih menarik ke depannya.”

Hasil evaluasi memainkan peran vital dalam menjaga kualitas siaran tetap konsisten sekaligus terus berkembang. Evaluasi mendorong penyiar untuk lebih reflektif, kreatif, dan adaptif dalam mengemas program, serta menjadi fondasi penting untuk membangun hubungan emosional yang lebih kuat antara program dan pendengar. Pada akhirnya, evaluasi bukanlah akhir dari proses, tetapi awal dari transformasi konten yang lebih segar, relevan, dan berdampak. Evaluasi ini tidak sekadar menjadi alat untuk mencari kekurangan, melainkan lebih diarahkan sebagai proses pembelajaran dan refleksi kreatif yang terus mendorong peningkatan mutu siaran. Seperti dijelaskan oleh Ida Rahmat selaku penyiar Program Asoy Geboy dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, yang menyatakan bahwa:

“Hasil evaluasi itu benar-benar jadi acuan utama untuk pengembangan program ke depan. Misalnya, kalau dalam evaluasi ditemukan ada bagian yang kurang baik, seperti gaya penyiaran yang kurang enak didengar atau konten yang kurang relevan, maka langsung kami perbaiki. Bisa jadi dari segi materi, cara penyampaian, sampai durasi program. Selain itu, hasil evaluasi juga membantu kami mengetahui apa yang disukai pendengar dan apa yang kurang diminati, sehingga kami bisa fokus memperkuat hal-hal positif dan mengurangi hal-hal yang tidak efektif. Evaluasi ini bukan cuma untuk mencari kesalahan, tapi lebih ke proses pembelajaran dan peningkatan kualitas secara berkelanjutan. Jadi, hasil evaluasi jadi semacam ‘peta jalan’ untuk menyusun strategi program supaya lebih

menarik, informatif, dan menghibur sesuai dengan kebutuhan dan selera pendengar.”

Evaluasi juga membuka ruang untuk menyelaraskan format program dengan dinamika selera audiens, sehingga siaran tidak hanya informatif, tetapi juga menghibur dan relevan. Ida menekankan bahwa pendengar sangat peka terhadap perubahan, dan mereka memberikan umpan balik secara langsung, baik melalui telepon, pesan WhatsApp, maupun komentar di media sosial. Oleh karena itu, hasil evaluasi juga mencerminkan resonansi program terhadap publik, dan ini menjadi bahan pertimbangan penting dalam membuat keputusan redaksional.

Dengan demikian, hasil evaluasi berperan sebagai semacam “peta jalan” (*roadmap*) yang memandu seluruh tim untuk meningkatkan kualitas siaran, baik secara teknis maupun isi. Program tidak dibiarkan stagnan, melainkan terus disesuaikan, diperbaharui, dan diperkuat berdasarkan data evaluatif yang bersifat reflektif dan solutif.

Dalam mengevaluasi keberhasilan suatu program indikator keberhasilan sebuah program tidak hanya dinilai dari sisi teknis atau estetika siaran semata, tetapi juga sangat bergantung pada tingkat keterlibatan dan respon dari pendengar. Manajemen radio cenderung menilai keberhasilan program berdasarkan sejauh mana audiens terhubung secara aktif dengan konten yang disuguhkan. Ini mencakup segala bentuk interaksi, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang mencerminkan adanya kedekatan emosional antara pendengar dan program yang disiarkan. Sebagaimana dijelaskan oleh Yayat Dyatna selaku *Program Director* radi ELPAS FM dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, yang menjelaskan bahwa:

“Keberhasilan program menurut manajemen itu dilihat dari seberapa aktif pendengar merespons siaran kita. Misalnya ada yang request lagu terus-menerus, atau partisipasi tinggi saat program interaktif seperti karaoke. Kalau sudah sampai pendengar antre telepon cuma buat ikut karaoke, bahkan sampai mereka komplain karena susah masuk saking banyaknya yang nelson, itu jadi indikator kuat bahwa programnya berhasil menarik perhatian. Kita juga lihat dari aktivitas mereka di media sosial, kayak yang sering komentar, ngasih feedback, atau bahkan yang nyebut-nyebut acara kita di story mereka. Dari situ manajemen bisa nilai kalau program itu punya ikatan kuat dengan pendengarnya. Intinya, kalau antusiasme pendengar tinggi baik lewat telepon, WhatsApp, atau sosial media, berarti program itu berjalan sesuai harapan dan punya daya tarik yang kuat.”

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa interaktivitas menjadi tolok ukur utama. Antusiasme pendengar yang ditunjukkan melalui permintaan lagu, partisipasi dalam segmen tertentu, hingga keberadaan mereka di ruang digital seperti WhatsApp dan media sosial menjadi sinyal kuat akan keberhasilan program. Bahkan, keterbatasan teknis seperti “sulitnya masuk telepon” karena tingginya animo pendengar justru dianggap sebagai bukti nyata popularitas program. Namun keberhasilan sebuah program siaran tidak hanya diukur dari sisi popularitas dan interaksi dengan pendengar, tetapi juga dari aspek komersial dan konsistensi pencapaian target yang telah ditetapkan oleh manajemen

Dalam menjalankan sebuah program radio, evaluasi berkala menjadi momen penting untuk meninjau kembali segala aspek siaran mulai dari konten, cara penyajian, hingga respons pendengar. Proses ini dilakukan secara rutin agar kualitas program terus meningkat dan tetap relevan dengan keinginan audiens. Untuk itu, tentu ada pihak-pihak yang berperan aktif dalam rapat evaluasi ini, memastikan setiap masukan dapat diterima dan ditindaklanjuti dengan baik.

Dalam rapat evaluasi program, keterlibatan berbagai pihak sangat penting untuk mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai kekuatan dan kelemahan siaran. Dengan melibatkan banyak perspektif, proses evaluasi bisa lebih tajam dan menghasilkan perbaikan yang tepat sasaran. Ketika ditanya mengenai siapa saja yang biasanya terlibat dalam rapat evaluasi program, Yayat Dyatna selaku Program Director Radio Elpas FM menjelaskan:

“Dalam rapat evaluasi program, yang biasanya terlibat adalah tim inti dari program itu sendiri, mulai dari program director yang mengawasi jalannya siaran, programmer yang mengatur jadwal dan konten teknis, serta para penyiar yang langsung terlibat dalam penyampaian konten di udara. Kehadiran mereka wajib karena mereka masing-masing membawa perspektif berbeda yang penting untuk mengidentifikasi kekurangan dan peluang perbaikan. Kadang juga melibatkan staf produksi atau manajer stasiun jika ada isu yang membutuhkan keputusan lebih luas. Dengan melibatkan berbagai pihak ini, evaluasi bisa berjalan menyeluruh dan solusi yang diambil bisa lebih tepat sasaran.”

Pernyataan ini juga diperkuat oleh Ida Rahmat, penyiar program Asoy Geboy dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, yang menegaskan pentingnya kolaborasi tim dalam evaluasi:

“Dalam rapat evaluasi program, sebenarnya semua staf yang terlibat dalam produksi siaran wajib hadir. Ini termasuk kru teknis, seperti operator studio, OB (Operator Broadcast), penyiar, hingga bagian program atau programmer dan program director.”

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa evaluasi program radio merupakan proses kolektif yang melibatkan seluruh pihak yang berperan dalam produksi siaran. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kualitas program secara teknis, tetapi juga memperkuat sinergi antar tim, sehingga setiap siaran bisa terus dikembangkan sesuai kebutuhan pendengar dan standar profesional yang diharapkan.

Dalam menyusun evaluasi program siaran, masukan dari pendengar memegang peranan penting sebagai cerminan langsung bagaimana siaran diterima dan dirasakan oleh audiens. Feedback yang datang dari pendengar tidak hanya menjadi bahan koreksi, tetapi juga sumber inspirasi untuk inovasi dan peningkatan kualitas program. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui sejauh mana masukan dari pendengar diakomodasi dan diproses dalam evaluasi. Dalam wawancarnya pada 07 Mei 2025, Yayat Dyatna selaku Program Director, menjelaskan bahwa:

“Ada masukan dari pendengar, misalnya mereka menginginkan sesuatu atau request tertentu dalam program. Namun, kami juga harus memahami secara mendalam apa sebenarnya kebutuhan dan preferensi pendengar tersebut.”

Tidak semua keinginan pendengar bisa langsung kami penuhi karena terkadang ada pertimbangan teknis, kebijakan stasiun, atau kesesuaian dengan karakter program. Pendengar memang perlu 'dimanja' agar mereka merasa diperhatikan, tetapi kami juga harus bijak dalam menyaring mana yang perlu diikuti agar program tetap konsisten dan berkualitas. Kadang, kami mengikuti request mereka untuk menjaga loyalitas dan agar mereka tidak berpindah ke stasiun lain. Namun, keputusan akhir tetap berdasarkan evaluasi menyeluruh agar program tetap seimbang antara hiburan dan informasi yang kami sampaikan."

Hal ini juga diperkuat oleh pernyataan Ida Rahmat selaku penyiar program Asoy Geboy dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, yang menjelaskan bahwa:

"Tentu ada. Kami memang tidak secara aktif meminta saran dari pendengar, tapi mereka sering kali dengan sendirinya memberikan masukan, entah lewat telepon, pesan WhatsApp, atau komentar di media sosial. Kami selalu berusaha menampung semua feedback tersebut karena itu sangat berharga sebagai cerminan apa yang sebenarnya diinginkan dan dirasakan pendengar. Setelah menerima masukan, kami tidak langsung menindaklanjuti tanpa pertimbangan. Kami diskusikan dulu di dalam tim, apakah saran atau kritik itu memang relevan dan bisa diterapkan tanpa mengganggu konsep program".

Menurut Ida, respon pendengar tidak hanya berupa kritik atau saran, tetapi juga apresiasi dan antusiasme yang dapat memotivasi penyiar dan tim untuk terus meningkatkan kualitas program. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa masukan pendengar sangat dihargai dan menjadi bahan pertimbangan utama dalam evaluasi program, namun tetap diseleksi agar keseimbangan antara keinginan audiens dan karakter program dapat terjaga demi kualitas siaran yang berkelanjutan.

Evaluasi program siaran tidak hanya dilakukan secara berkala dalam rapat bulanan, tetapi juga berlangsung segera setelah siaran berakhir. Proses ini bertujuan untuk menangkap hal-hal teknis maupun non-teknis yang masih segar dalam ingatan, sehingga perbaikan bisa segera dirancang dan diterapkan. Evaluasi pasca-siaran ini sering kali bersifat reflektif dan dilakukan secara mandiri oleh penyiar, namun juga dapat menjadi bahan diskusi tim sebelum masuk ke evaluasi formal yang lebih besar.

Ketika ditanya mengenai bagaimana mekanisme evaluasi dilakukan setelah siaran berlangsung, Yayat Dyatna selaku *Program Director* Radio Elpas FM dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, menjelaskan:

"Untuk evaluasi secara langsung setelah siaran berlangsung, memang tidak ada mekanisme formal yang dilakukan secara rutin. Namun, penyiar biasanya punya inisiatif sendiri untuk mendengarkan rekaman siaran mereka masing-masing. Ini bertujuan agar mereka bisa mengevaluasi performa sendiri, melihat bagian mana yang sudah baik dan mana yang perlu diperbaiki. Terutama untuk penyiar baru, mereka cenderung lebih rajin mendengarkan rekaman siarannya agar cepat belajar dan meningkatkan kualitas penyiarannya. Selain itu, secara tidak langsung, tim produksi juga memantau siaran melalui rekaman untuk memberikan masukan pada saat evaluasi bulanan".

Pernyataan ini juga dijelaskan lebih lanjut oleh Ida Rahmat, penyiar program Asoy Geboy dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025, yang secara konsisten melakukan evaluasi mandiri pasca siaran:

“Karena evaluasi resmi memang kami lakukan setiap satu bulan sekali, jadi setelah siaran tidak ada mekanisme evaluasi langsung atau rutin yang dilakukan. Namun, secara pribadi saya punya kebiasaan untuk melakukan semacam brainstorming mandiri. Saya sengaja mendengarkan kembali rekaman siaran saya untuk meng-crosscheck, memastikan apakah ada kesalahan, kekurangan, atau bagian yang bisa diperbaiki. Ini penting supaya kualitas siaran saya tetap terjaga dan saya bisa belajar dari pengalaman sendiri. Biasanya saya catat hal-hal yang perlu diperbaiki atau dikembangkan untuk siaran berikutnya. Apalagi kalau saya masih baru di dunia penyiaran, saya akan lebih sering melakukan hal ini agar cepat beradaptasi dan meningkatkan kemampuan”.

Dari pernyataan kedua narasumber tersebut dapat disimpulkan bahwa meskipun tidak ada mekanisme evaluasi formal setelah setiap siaran, proses reflektif tetap berjalan secara aktif. Penyiar didorong untuk melakukan evaluasi mandiri sebagai bagian dari tanggung jawab profesional mereka. Evaluasi ini bersifat personal namun memiliki dampak besar dalam menjaga dan meningkatkan kualitas siaran. Selain itu, praktik seperti ini menunjukkan budaya kerja yang mendukung pembelajaran berkelanjutan dan peningkatan diri di lingkungan Radio Elpas FM.

4. Faktor Penghambat Dalam Proses Produksi Program

Dalam setiap proses produksi program siaran, tidak hanya diperlukan perencanaan dan pelaksanaan yang matang, tetapi juga kesiapan dalam menghadapi berbagai tantangan dan hambatan yang dapat muncul di setiap tahap. Meskipun program Asoy Geboy telah memiliki struktur produksi yang solid dan dijalankan oleh tim yang kompeten, namun dalam praktiknya tetap ditemukan sejumlah kendala yang memengaruhi kelancaran produksi.

Faktor penghambat ini dapat berasal dari berbagai aspek, mulai dari aspek teknis, sumber daya manusia, hingga faktor eksternal seperti kondisi cuaca, lalu lintas informasi yang cepat berubah, atau keterbatasan interaksi dengan pendengar. Hambatan tersebut tidak hanya memengaruhi kualitas penyampaian informasi, tetapi juga berdampak pada pengalaman mendengarkan yang diterima oleh audiens. Identifikasi terhadap faktor-faktor penghambat menjadi penting untuk dianalisis, karena melalui pemahaman ini, tim produksi dapat menyusun langkah perbaikan dan strategi adaptif ke depannya. Dalam proses produksi siaran radio, berbagai faktor penghambat kerap kali muncul dan menjadi tantangan tersendiri bagi tim produksi. Hambatan ini tidak hanya berasal dari aspek teknis, tetapi juga berkaitan dengan kesiapan sumber daya manusia yang terlibat. Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi secara jelas apa saja kendala yang biasa dihadapi dalam produksi siaran agar solusi yang diterapkan pun bisa lebih efektif dan tepat sasaran. Ketika ditanya mengenai faktor-faktor penghambat dalam produksi siaran, Yayat Dyatna selaku *Program Director* Radio Elpas FM dalam wawancaranya pada 07 Mei 2025 menjelaskan:

“Kalau ngomongin faktor penghambat dalam produksi siaran, sebenarnya ada dua jenis, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Dari sisi internal,

yang paling sering itu biasanya soal kondisi penyiar sendiri. Misalnya, penyiar lagi kurang fit atau lagi gak mood, itu kadang bikin penyiar jadi gak maksimal dalam bawa acara. Selain itu, ada juga soal kesiapan materi atau konten yang kadang kurang lengkap atau mendadak berubah, jadi penyiar harus cepat adaptasi. Kadang juga masalah koordinasi di tim, terutama kalau lagi sibuk atau ada yang gak saling komunikasi dengan baik, itu bikin proses produksi jadi agak tersendat. Nah, dari sisi eksternal, biasanya yang sering jadi hambatan itu masalah teknis, seperti gangguan sinyal, alat siaran yang error, atau koneksi internet yang putus-putus apalagi kalau lagi live streaming. Kadang juga ada gangguan listrik yang bikin siaran terganggu. Selain itu, kadang ada juga faktor dari luar seperti kondisi cuaca buruk yang bisa mempengaruhi transmisi atau bahkan mengganggu tamu undangan yang seharusnya hadir. Semua hal itu sebenarnya wajar dan sering terjadi, tapi kita selalu berusaha supaya tetap siap dengan solusi cepat supaya siaran tetap jalan lancar dan kualitasnya tetap terjaga.”

Pernyataan Yayat Dyatna tersebut juga diperkuat oleh Ida Rahmat, salah satu penyiar andalan dalam program Asoy Geboy dalam wawancarnya pada 07 Mei 2025. Ia menambahkan bahwa faktor penghambat tidak hanya datang dari sisi teknis semata, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kesiapan individu dan dinamika tim:

“Kalau bicara soal faktor penghambat dalam produksi siaran, sebenarnya ada beberapa hal yang bisa menjadi kendala, baik dari dalam tim sendiri maupun dari luar. Dari faktor internal, misalnya kadang-kadang keterbatasan sumber daya manusia jadi tantangan. Kalau penyiar atau kru kurang, otomatis beban kerja jadi bertumpu pada beberapa orang saja, yang bisa bikin kelelahan dan berpengaruh ke kualitas siaran. Selain itu, kadang mood atau kondisi psikologis penyiar juga bisa jadi penghambat, apalagi kalau lagi capek atau ada masalah pribadi. Penyiar harus tetap profesional, tapi kan manusiawi, jadi kadang ini bisa memengaruhi performa saat siaran. Faktor internal lain adalah keterbatasan teknis atau fasilitas. Misalnya kalau ada gangguan alat, seperti mikrofon, mixer, atau koneksi internet yang terganggu saat siaran live streaming, itu jelas menghambat kelancaran produksi. Kami memang selalu coba melakukan pengecekan sebelum siaran, tapi tetap ada risiko masalah teknis yang tidak terduga. Nah, kalau dari faktor eksternal, salah satu penghambat terbesar biasanya adalah gangguan jaringan atau listrik. Karena kami juga siaran secara online lewat platform seperti TikTok, Instagram, dan website, kalau jaringan internet tidak stabil atau listrik mati, siaran jadi terhenti atau kualitasnya menurun drastis. Itu di luar kendali kami, jadi harus sabar dan cepat cari solusi alternatif. Selain itu, ada juga faktor dari klien atau mitra eksternal yang kadang bisa mempengaruhi jadwal atau materi siaran, misalnya jika ada perubahan mendadak dari mereka atau kurangnya komunikasi yang jelas. Hal ini bisa membuat tim harus cepat beradaptasi dengan kondisi baru, yang kadang bikin persiapan jadi tergesa-gesa”.

Dari dua pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa penghambat dalam proses produksi siaran radio memiliki sifat yang kompleks dan dinamis. Mulai dari

faktor individu, tim, hingga kendala teknis maupun lingkungan eksternal, semuanya bisa memengaruhi kualitas siaran. Oleh karena itu, kesiapan teknis, komunikasi yang solid, serta ketahanan mental dan profesionalisme para penyiar menjadi kunci untuk memastikan siaran tetap berjalan lancar meskipun dalam kondisi yang menantang.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan mengenai “Analisis Produksi Program *Bogor In The Morning* Di Radio KISI 93.4 FM”, maka kesimpulan yang didapatkan yaitu:

1. Program “*Bogor In The Morning*” di Radio KISI 93.4 FM menunjukkan proses produksi yang cukup solid dan adaptif terhadap perkembangan media serta karakteristik pendengar usia 18-40 tahun. Produksi dilakukan melalui tiga tahapan utama: pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, yang dijalankan oleh tim kecil namun fleksibel dan kreatif. Pada tahap pra-produksi, tema dan isi siaran ditentukan secara harian berdasarkan isu aktual yang bersumber dari media digital dan masukan audiens. Produksi dilakukan dengan gaya penyampaian yang komunikatif dan improvisatif, menjadikan siaran terasa ringan namun tetap informatif. Evaluasi dilakukan secara informal setiap hari dan formal tiga bulan sekali, meskipun dokumentasinya masih terbatas. Hasil triangulasi dengan ELPAS FM memperlihatkan bahwa meski KISI kuat dalam kreativitas dan kedekatan dengan pendengar, masih terdapat kelemahan dalam struktur organisasi dan sistem manajerial. Di ELPAS, pembagian peran antara produser dan penyiar lebih jelas, serta evaluasi dilakukan secara rutin dan terdokumentasi, yang berdampak positif pada kualitas siaran. Secara keseluruhan, “*Bogor In The Morning*” berhasil memadukan fungsi informasi dan hiburan secara efektif. Namun, untuk meningkatkan kualitas dan keberlanjutan program, perlu penguatan dalam aspek struktural, evaluatif, dan pengambilan keputusan berbasis data seperti yang diterapkan di ELPAS FM.
2. Dalam proses produksi program “*Bogor In The Morning*” di Radio KISI 93.4 FM, ditemukan beberapa hambatan yang berasal dari faktor internal maupun eksternal. Secara internal, hambatan utama adalah terbatasnya jumlah personel. Peran penting seperti produser sering dirangkap oleh penyiar, sehingga membebani kinerja dan mengurangi efektivitas kontrol editorial. Proses evaluasi juga belum berjalan optimal, karena seringkali tidak terdokumentasi atau ditindaklanjuti. Analisis audiens masih bersifat intuitif dan tidak berbasis data, sehingga program berisiko kurang relevan. Selain itu, keterbatasan teknis seperti perangkat siaran yang belum memadai juga menghambat upaya penyajian siaran yang dinamis. Dari sisi eksternal, tantangan utama adalah perubahan pola konsumsi media, terutama dari generasi muda yang lebih memilih platform digital seperti podcast dan media sosial. Daya saing Radio KISI dalam ranah digital masih terbatas. Persaingan dengan stasiun lain seperti ELPAS FM yang sudah menerapkan sistem kerja profesional dan pemetaan audiens berbasis survei menjadi tantangan tambahan. Secara keseluruhan, hambatan-hambatan tersebut menunjukkan perlunya pembenahan struktural, teknis, dan pendekatan berbasis data agar program dapat terus berkembang dan bersaing di tengah dinamika industri media yang terus berubah. Triangulasi dengan ELPAS FM menguatkan bahwa permasalahan yang ditemukan bukan sekadar asumsi, melainkan didukung oleh perbandingan lapangan yang relevan dan kredibel.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap Analisis Produksi Program “*Bogor In The Morning*” di Radio KISI 93.4 FM, terdapat beberapa hal yang perlu menjadi perhatian untuk mendorong keberlangsungan dan peningkatan kualitas program ini ke depannya. Maka dari itu adapun saran yang ingin peneliti sampaikan pada penelitian ini, yaitu:

1. Penguatan Sistem Kerja Internal Radio KISI 93.4 FM, perlu melakukan pembenahan struktur kerja dengan memisahkan peran antara penyiar dan produser. Pembagian tugas yang jelas akan meningkatkan efisiensi produksi dan memungkinkan supervisi editorial yang lebih ketat, sehingga kualitas isi siaran dapat terjaga secara optimal.
2. Peningkatan Sistem Evaluasi dan Survei Audiens. Evaluasi program hendaknya dilakukan secara rutin dan terdokumentasi dengan baik untuk menilai kualitas konten dan performa penyiar secara berkelanjutan. Selain itu, Radio KISI disarankan membangun sistem survei audiens berbasis digital yang terstruktur agar dapat memahami kebutuhan dan preferensi pendengar secara lebih akurat, sebagai dasar pengembangan program yang relevan.
3. Pengembangan Strategi Digital dan Kerja Sama Eksternal. Radio KISI perlu memperkuat strategi digital dengan mengemas ulang siaran ke dalam format podcast, video pendek, atau konten media sosial agar dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, pengembangan kerja sama dengan komunitas lokal, institusi pendidikan, dan pemerintah daerah juga penting untuk memperkaya konten dan memperluas jaringan audiens.
4. Penulis menyarankan agar hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh studio penyiaran radio lokal di Indonesia sebagai acuan dalam memperkuat strategi produksi program siaran. Melalui studi kasus program “*Bogor In The Morning*”, dapat terlihat bahwa proses produksi yang dijalankan secara sederhana namun adaptif mampu menjadi solusi dalam menghadapi tantangan perubahan perilaku audiens di era digital. Oleh karena itu, penulis menyarankan agar lembaga penyiaran radio lokal dapat mengadopsi pendekatan produksi yang lebih fleksibel, kreatif, dan responsif terhadap kebutuhan pendengar, tanpa mengabaikan pentingnya perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang terstruktur.
5. Selain itu, penulis juga menyarankan agar kelebihan yang dimiliki oleh program “*Bogor In The Morning*” di Radio KISI FM, seperti gaya penyampaian yang santai namun informatif, keterlibatan emosional dengan audiens, serta kemampuan tim produksi dalam menjalankan peran ganda secara efisien, dapat dijadikan inspirasi bagi radio lokal di daerah lain. Inovasi konten yang dekat dengan gaya hidup pendengar serta integrasi dengan media sosial sebagai ruang interaksi dua arah terbukti mampu meningkatkan kedekatan dan loyalitas audiens. Dengan menerapkan strategi serupa yang disesuaikan dengan karakteristik lokal masing-masing, diharapkan radio-radio lokal di Indonesia dapat terus berkembang dan mempertahankan eksistensinya di tengah kompetisi media digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisya, P. Y. (2023). *ANALISIS FATWA DSN-MUI NOMOR:04/DSN-MUI/IV/2000 TENTANG PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH DI BMT SURYA MANDIRI JETIS PONOROGO*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO.
- Arfan, A., & Arfan, A. I. (2021). A strategy for strengthening public perception toward sharia banking. *Banks and Bank Systems*, 16(2), 170–181. [https://doi.org/10.21511/bbs.16\(2\).2021.16](https://doi.org/10.21511/bbs.16(2).2021.16)
- Aristi, M. desi, & Mulyadi, A. M. (2024). STRATEGI KOMUNIKASI DEPARTEMEN PRODUKSI DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PROGRAM PESONA INDONESIA PADA TVRI DKI JAKARTA. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(1), 66–77.
- Dhamayanti, M. (2019). *PEMANFAATAN MEDIA RADIO DI ERA DIGITAL*. 3(2), 83–89. www.nielsen.com
- Dyatmika, T. (2021). *Ilmu Komunikasi* (Bakhri & Syamsul, Eds.). ZAHIR PUBLISHING.
- Effendy, E., Nur, A., Pratama, M. A., Aulia, N., Negeri, U. I., & Utara, S. (2023). Mekanisme Produksi Siaran Langsung dan Tidak Langsung Taping Radio dan TV Dalam Dakwah. *Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3, 794. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v3i4.2810>
- Gogali, V. A., Widaningsih, T., & Lusianawati, H. (2022). Konstruksi Sosial Media Lamaran Artis Dalam Program Televisi “Ikatan Cinta Atta & Aurel Special Lamaran” Di RCTI. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 57. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jika54>
- Hadiwijaya, S. A. (2023). SINTESA TEORI KONSTRUKSI SOSIAL REALITAS DAN KONSTRUKSI SOSIAL MEDIA MASSA. *Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah* |, 11(1), 81.
- Harliantara, H., Wahyunto, E., Sjucho, D. W., & Nindhasari, H. (2025). The Evolution of Radio Broadcasters’ Roles in the Dynamic Digital Media Landscape. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 7(1), 80–95. <https://doi.org/10.25008/jpi.v7i1.190>
- Hasan, K., Utami, A., Eni, S., Izzah, N., & Ramadhana, S. C. (2023). KOMUNIKASI DI ERA DIGITAL: ANALISIS MEDIA KONVENSIIONAL VS NEW MEDIA PADA KALANGAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MALIKUSSALEH ANGKATAN 2021. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 2(1), 57.
- Hendra, T. (2019). Media Massa Dalam Komunikasi Pembangunan. *Jurnal Dakwah dan Pengembangan Masyarakat Desa*, 1(2), 136–152. <http://jurnal.iain-padangsidiimpunan.ac.id/index.php/taghyir>
- Jailani, A. K., Hendra, Y., & Priadi, R. (2020). Analisis Implementasi Fungsi Media Massa Pada Harian Serambi Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 2(2), 86. www.ejurnal.stikpmedan.ac.id
- Juhari, Masri, D., Zufriady, & Zakaria, B. N. (2025). LISTENER LOYALTY TO B'DUE RADIO: IMPACT OF BROADCAST QUALITY AND

- BRAND IMAGE. *Integrated Journal of Business and Economics*, 9(1), 53–68. <https://doi.org/10.33019/ijbe.v9i1.1077>
- Kase, A. D., Sarwindah Sukiatni, D., & Kusumandari, R. (2023). Resiliensi remaja korban kekerasan seksual di Kabupaten Timor Tengah Selatan: Analisis Model Miles dan Huberman. *INNER: Journal of Psychological Research*, 3(2), 301–311.
- Kustiawan, W., Agustias, E. J., Sapriadi, M. H., Sabilla, S., Lajuba, S., & Hannum Bahri, Z. (2023). Teknik Penyiaran Radio dan Bentuk-Bentuk Program Siaran dalam Radio. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 9575.
- Kustiawan, W., Agustias, E. J., Sapriadi, M. H., Sabna, S., Lajuba, S., & Bahri, H. Z. (2023). Teknik Penyiaran Radio dan Bentuk-Bentuk Program Siaran dalam Radio. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 9576.
- Kustiawan, W., Hasibuan, A. A., Fitri, A. S., Hsb, F. R., Daulay, F. A., Sitorus, N. P. B., Afriani, R., & Padang, R. P. (2024). The Influence Of Social Media On Radio Listener Loyalty. *International Journal Of Education, Social Studies, And Management (IJESSM)*, 4(2), 638–643. <https://doi.org/10.52121/ijessm.v4i2.334>
- Kustiawan, W., Nasution, A., Puspita Sari, D., Simbolon, J., Muliyani, S., & Wisfa, W. (2022). RADIO SEBAGAI PROSES KOMUNIKASI MASSA. *JUITIK*, 2(3), 78–84.
- Kustiawan, W., Nurlita, A., Siregar, A., Siagian, A. P., Rambe, S., & Sirait, M. F. (2023). Resistensi Radio sebagai Sarana Informasi Masyarakat di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 8663–8666.
- Kustiawan, W., Siregar, K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Fatma, Z., Gaja, S., & Pakpahan, N. (2022). KOMUNIKASI MASSA. *JOURNAL ANALYTICA ISLAMICA*, 11(1), 3. <https://www.researchgate.net.ac.id>.
- Masawoy, S., Nur Pailokol, W., & Said Bugis, M. (2024). STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR (SOP) TERHADAP PROGRAM ACARA “ANAK INDONESIA” DI TVRI STASIUN MALUKU. *MITZAL (Demokrasi, Komunikasi, Dan Budaya): Jurnal Ilmu Pemerintahan & Ilmu Komunikasi*, 2, 151–168.
- Maulani, E. R. (2021). *ANALISIS PRODUKSI PROGRAM KOPI BETAWI DI BENS RADIO 106,2 FM KOTA TANGERANG SELATAN*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Miranda, P., & Yuliati, R. (2020). Keunikan karakteristik radio: Daya tarik bagi khalayak dalam mendengarkan radio. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 4(3), 735. <https://doi.org/10.25139/jsk.v4i3.2477>
- Mu'thi, M., Rozi, F., & Badriyah, L. (2024). Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Peran Kepemimpinan Transformasional Kepala Sekolah Era Society 5.0 di SMK Negeri 1 Surabaya. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(12), 444–452. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12806219>
- Nabila, Y. (2023). *ANALISIS PRODUKSI PROGRAM “DUNIA ANAK” DI RADIO MANAJEMEN QOLBU 92,3 FM YOGYAKARTA*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Nabilla, Y. (2023). *ANALISIS PRODUKSI PROGRAM “DUNIA ANAK” DI RADIO MANAJEMEN QOLBU 92,3 FM YOGYAKARTA*. UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA.

- Nandansari, D. (2023). *STRATEGI PENGELOLAAN PROGRAM SIARAN RADIO YASMAGA FM PONOROGO*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO.
- Nasution, F. A. (2023a). *METODE PENELITIAN KUALITATIF* (M. Albina, Ed.; 1st ed.). Harfa Creative.
- Nasution, F. A. (2023b). *METODE PENELITIAN KUALITATIF* (M. Albina, Ed.; 1st ed.). Harfa Creative.
- Permatasari, A. (2023). *KONSTRUKSI SOSIAL MEDIA NARASI.TV PADA KONTEN BANG SOTOY PROGRAM IN MY SOTOY OPINION*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Pratiwi, W. A. (2023). *STRATEGI KOMUNIKASI RADIO DUTA NUSANTARA FM PONOROGO DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI ERA DIGITAL*. Institut Agama Islma Negeri.
- Purba, B., Rumondang Banjarnahor, A., & Toto Handiman, U. (n.d.). *Pengantar Ilmu Komunikasi*.
<https://www.researchgate.net/publication/362530820>
- Purwadi, A., Utomo, T. D., & Harahap, P. (2023). Sistem Mitigasi Bencana Tanah Longsor Berbasis Gelombang Radio. *RELE (Rekayasa Elektrikal Dan Energi) : Jurnal Teknik Elektro*, 5(2).
<https://doi.org/10.30596/rele.v5i2.13080>
- Putri, A. G., & Setiawati, S. D. (2021). LOYALITAS PENDENGARAN RADIO DI MASA PANDEMI COVID-19 (Studi kasus Radio Dahlia 101.5 FM Bandung). *JURNAL PURNAMA BERAZAM*, 2(2), 101.
- Reynata, V. E. A. (2022). PENERAPAN YOUTUBE SEBAGAI MEDIA BARU DALAM KOMUNIKASI MASSA. *Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(2), 97.
- Rustamana, A., Wahyuningsih, P., Azka, M. F., & Wahyu, P. (2024). PENELITIAN METODE KUANTITATIF. *Sindoro CENDIKIA PENDIDIKAN*, 5(6), 1–10. <https://doi.org/10.9644/sindoro.v4i5.3317>
- Sabilah, G. N., & Arbi, A. (2020). Strategi Komunikasi Radio Fajri 993 FM Bogor dalam Mempertahankan Citra Radio Dakwah. *Jurnal IAIN Kendari Al-Munzir*, 13(2), 138.
- Saragih, K. R. M., Purba, F., & Sipayung, T. (2021). *STRATEGI KOMUNIKASI PENYIAR RADIO KARINA PEMATANGSIANTAR DALAM PROGRAM NOSTALGIA*. 3(2), 187–195.
- Setiawan, H., & Darmastuti, R. (2021). STRATEGI KOMUNIKASI RADIO SUARA SALATIGA DALAM UPAYA MENDAPATKAN LOYALITAS PENDENGAR DI ERA DIGITAL (Studi Konvergensi Media Dengan Pendekatan Budaya Lokal). *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 13(2), 159–174.
<https://databoks.katadata.co.id/>
- Simamora, N., & Saragih, F. V. J. (2021). ANALISA PROSES PRODUKSI PROGRAM SIARAN BERITA DI LPP (LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK) RRI (RADIO REPUBLIK INDONESIA) MEDAN DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK PENDENGAR. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (Tekesnos)*, 3(2), 271–279.
- Surentu, Z. Y., Warouw, D. M. D., & Rembang Meiske. (2020). PENTINGNYA WEBSITE SEBAGAI MEDIA INFORMASI

- DESTINASI WISATA DI DINAS KEBUDAYAAN DAN
PARIWISATA KABUPATEN MINAHASA. *Acta Diurna Komunikasi*,
2(4), 8.
- Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan
Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*,
1(1), 53–61.
<http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/qosim>
- Vera Nurfajriani, W., Ilhami, M. W., Mahendra, A., Sirodj, R. A., & Afgani,
W. (2024). Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif. *Jurnal
Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(17), 826–833.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.13929272>
- Winata, N. T. (2021). PEMBINAAN BAHASA INDONESIA YANG BAIK
DAN BENAR DIKALANGAN MAHASISWA DI ERA MILENIAL
MELALUI MEDIA SOSIAL. *Bahtera Indonesia; Jurnal Penelitian
Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 6(2), 267–275.
<https://doi.org/10.31943/bi.v6i2.141>
- Yusuf, M. F. (2021). *BUKU AJAR PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI* (D. T.
Aji, Ed.; 1st ed.). Pustaka Ilmu.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Panduan wawancara Key Informan

Nama : Dhani Ramdhani
 Jabatan : Station Manager
 Tempat : Radio KISI 93.4 FM BOGOR
 Waktu : 05 Mei 2025

No.	Hasil Wawancara
1.	Di awal di pertanyaan Terima kasih sudah meluangkan waktu sebagai pembuka Bolehkah saya bertanya untuk kakak untuk memperkenalkan diri serta menceritakan sedikit tentang peran dan tanggung jawab anda di radio Kisi Fm Bogor? <i>“Saya Dhani Ramdhani Untuk saat ini posisi masih jadi Stasiun Manager bertanggung jawab tentang operasional keseluruhan radio Kisi Fm”.</i>
2.	Sudah berapa lama pak dhani bekerja di radio kisi fm? <i>“Kerja di radio kisi 25 tahun lebih masuk tahun 1999”.</i>
3.	Kenapa Dinamakan Bogor in the morning pada program ini lalu apa target audiens yang ingin dicapai? <i>“Program Bogor In The morning pada dasarnya kan yang namanya program siaran pagi itu idealnya adalah variety show variety show itu program acara yang isinya semua ada gitu kan ada suara apa penyiaranya terus bisa ada Talk Show juga bisa banyak Insert atau banyak segmen-segmen lain interaktif dengan pendengar Atau segala macam makanya biasanya disebutnya variety show dan untuk pagi itu kita membawa nama Bogornya karena yang kita ajak atau yang kita aplikasikan ke program on air itu ya sekitaran yang ada di suasana di Bogor kalau pagi-pagi”.</i>
4.	Bagaimana anda menentukan siapa yang menjadi sumber-sumber informasi dalam program ini? <i>“Yang pertama sumber informasi dalam bentuk informasi aktual atau informasi yang di apa istilahnya untuk improvisasi atau apapun dari si penyiar gitu kan kalau misalkan kita bicara informasi apa yang diutarakan oleh penyiar kita pasti menentukan atau mencari informasi yang paling pertamanya adalah sesuai dengan segmen radionya dan sesuai dengan program radionya jadi untuk seperti contoh kalau misalkan informasi di siaran pagi Bogor in the morning tapi kita ngebahas tentang yang ada di Papua itu kan ga relate jadi kita cari informasi yang memang menyesuaikan dengan kondisi Bogor utamanya sih di sana sisanya untuk nasional</i>

	Maksudnya isu-isu yang nasional gitu kan walaupun misal Isinya enggak terlalu besar tapi isu nasional itu masih relevan buat di acara bogor in the morning untuk apa jadi sumber informasinya itu bisa dari berbagai platform media digital karena kita saat ini sudah tidak menggunakan eee reporter itu kan dengan pencari apa warta gitu kan jadi hanya sebatas reportasi traffic ke yang masih live gitu kan gitu saja”.
5.	Bagaimana strategi anda dalam menyusun pesan agar sesuai dengan karakter program dan target audiens? “Strategi menyusun pesan agar sesuai dengan karakter program strateginya sebenarnya kita membuat sebuah program tentu diawali dengan apa namanya kayak survei kecil-kecilan atau pengalaman pribadi atau pengalaman yang ada di sekitar kita gitu dan saat ini untuk pendengar radio itu kan lebih banyak pendengar ya pasif dan juga di dalam kondisi yang tidak santai dalam artian dia mendengar radio itu sambil berkendara ya kan bukan santai lagi di rumah sengaja dengar radio nah dari situ kita mengaplikasikan kalau kita lagi di jalan gitu kan berita apa sih program apa sih yang paling pas buat mereka apalagi pagi-pagi ya kan jadi program ini ya kita lihat juga dengan target pasar kita kalau pasar kitanya seperti contoh yang tadi pendengarnya di pagi hari membawa kendaraan sebelum berangkat kerja atau kuliah mood itu kan harus dijaga banget jadi ya Gimana caranya program-program atau informasi-informasi ini adalah yang sesuai dengan suasana pagi bukan sesuatu dikasih informasi atau pusing-pusing tapi yang lebih ke bawah eee semangat aja jadi strateginya ya memberikan informasi atau memberikan program acara yang Emang untuk membuat mood kita mood pendengar itu menjadi bagus dan bersemangat untuk beraktivitas ke depannya”.
6.	Komunikasi apa saja yang digunakan selain siaran radio Untuk menjangkau pendengar? “Kalau misalkan komunikasi satu arah tapi ya karena kalau komunikasi dua arah kan itu harus ada media lain lah seperti misalkan by telepon tapi untuk satu arahnya ya Selain siaran ya kita interaksi dulu dengan media sosial minimal seperti di IG gitu kan Program-program siaran pagi pun juga kita interaksi juga dengan pendengar lewat media sosialnya IG salah satu contohnya hanya sebatas interaksi seperti itu aja sih”.
7.	Kemudian Bagaimana karakteristik pendengar dipetakan dan dipahami oleh tim produksi?

	<i>“Sedikitnya itu kan nggak yang namanya survei itu survei itu kan tidak pernah real misalkan kita dari 100 orang disurvei tidak 100 orang Hanya sebagian perbandingannya sekian nah perbandingan itu menjadikan salah satu survei buat kita adalah respon dari pendengar disaat kita membuka opini atau misalkan ngebuka Apa pendapat orang-orang termasuk dari request dari mana Nah itu karakter si orang yang intraktif sama kita itu bisa dilihat ya kan kalau misalnya di sosial media bisa dilihat di profile nya sebagai seorang apa umurnya gimana segala macam ya kita dipantau itu dari situ nah dari situ hasil risetnya itu kita bawa ke program ini anggap seperti kalau misalkan walaupun cuma sedikit tapi Oh ini bisa mewakili pendengar di program tersebut Jadi intinya dia dari survei kecil-kecilan yang kita buat saja yang baru bisa apa namanya bisa tahu deh gitu kan untuk pendengarnya di jam segini Ini program Ini harus begini di jam sekian Oh berarti harus seperti itu gitu kan jadi menyesuaikan walaupun secara general tetap enggak ada apa tetap ada tetapi ada lebih spesifik lagi lah”.</i>
8.	Darimana biasanya tim mendapatkan ide atau TOPIK untuk siaran? <i>“Selain dari para personil crew atau timnya program itu pasti dari media sosial juga lah kita nggak pernah bisa lepas dari media sosial karena di situ ada yang rame ada yang dia lagi naik lah gitu kan kenapa nggak dipergunakan juga jadi kita ikut ceritanya media sosial apa media sosial media radio itu bisa jadi ikut manggung juga lah di berita-berita yang lagi viral di luar”.</i>
9.	Bagaimana proses verifikasi fakta atau referensi itu dilakukan? <i>“Verifikasi fakta dan referensi Biasanya sih kalau di radio itu idealnya itu semua bahan siaran gitu kan itu selalu diverifikasi oleh produser jadi idealnya itu ada musik director ada produser gitu kan minimal produser nah jadi bahan-bahannya itu semua yang bertanggung jawab adalah produser bahan informasi bahan dan segala macam jadi disaat ada info apa yang ingin disampaikan produser itu bertanggung jawab jadi dia emang harus memverifikasi tentang berita tersebut benar atau tidak atau mungkin karena kita itu kan tidak boleh menyebarkan berita bohong”.</i>
10.	Bagaimana proses penyusunan script itu dilakukan apakah dibuat harian atau perminggu? <i>“Idealnya Proses penyusunan script itu biasanya dilakukan per minggu tapi tidak utuh kalau pengalaman lama jadi script itu dikumpulkan untuk mencari untuk minimal 2 sampai 3 hari ke depan untuk script yang general yang bukan apa namanya yang bukan uptodate gitu kan karena banyak</i>

	script yang memang dipajang kapanpun juga dia masih ya masih biasa aja bukan everlasting lah gitu kan Nah seperti itu disiapkan untuk tiga hari atau kadang seminggu gitu kan disiapkan karena itu untuk dicek juga sama sih produser nah terus ada yang sebagian eee script yang memang dicari di sebelum siaran kalau misalkan siaran pagi jam 06.00 kayak bogor in the morning ini kan jam 06.00 nah sorenya kita udah siapin script-nya Nah script-nya itulah ini ini biar produser yang ngecek nanti setelah dicek Oh ini bisa ini enggak ini bisa atau enggak barulah si penyiar yang eee apa istilahnya meng on air kan script seperti yang ada cuman emang beda apa namanya persentasenya aja untuk yang dibuat untuk seminggu karena materinya everlasting lah kapanpun bisa dibaca ada yang memang ee lastminit lah deket-deket harian untuk harian”.
11.	Sejauh mana fleksibilitas penyiar untuk mengembangkan script di luar naskah saat siaran berlangsung? “Sejauh mana sejauh mungkin karena penyiar itu dia harus menguasai improvisasi dan improvisasi itu harus mengembangkan dari materi yang ada ini punya materi misalkan dalam satu paragraf Nah si penyiar itu harus bisa membuat satu paragraf itu menjadi satu alinea ya kan jadi pengembangan kreatifnya ada di situ informasinya cuma cukup dengan satu paragraf aja begini Ini udah tapi si penyiar itu kita harus sejauh mungkin sebisa mungkin dengan pengolahan kata-katanya ya untuk semakin jelas semakin detail dan semakin berkembang tentunya dan semakin menarik ujung-ujungnya semakin menarik itulah kemampuan si penyiar”.
12.	Apakah ada format tertentu dalam membuat script agar tidak monoton dan tetap menarik? “Format membuat script tertentu dalam membuat script agar tidak monoton dan tetap menarik format tertentu sih kalau format secara template gitu sih kita nggak nggak ada sih untuk perbaikan script monoton atau tetap menarik atau segala macam biasanya kadang kita terpacu dengan bahan bahan apa namanya bahan informasi tersebut misalkan di acara pagi ada sebuah tema yang diungkapkan ternyata tema tersebut tidak menarik dan tidak ada respon sama sekali dari pendengar Nah itu menunjukkan besok-besok tidak membahas tema seperti ini tapi kalau misalkan Oh ini tema terlihat sederhana Ternyata banyak yang menarik Nah itulah yang mungkin sejenis itu yang di apa namanya di gunakan lagi ke depannya jadi lebih ke apa sih ke pengalaman aja sih kita recheck apa evaluasi sendiri program ini apa info ini kayaknya kurang menarik itu udah terbiasa karena sebelumnya sudah di apa yang sejenis Ya udah pernah dion-air in”.

13.	Bagaimana tim melakukan seleksi tema atau isu yang akan dimasukkan ke dalam siaran? <i>“Jadi gini di radio itu ada beberapa posisi yang bisa dibidang subjektif kayak music director itu subjektif, kalo kata music director Ini lagu harus diputar ini lagu gaboleh diputer itu pemenang ada di music director. Script pun juga sama ini kewenangannya ada di scriptwriter ini yang bisa diomongin ini yang gabisa nah si scriptwriter itu punya apa istilahnya Punya patokan kisi harus masuk ke dia dulu ke orangnya ya kan jadi disaat apa namanya, melakukan seleksi tema atau isu yang dimasukkan ke dalam siaran dia sendiri udah ngerasa, Oh ini nggak bisa nih tema seperti ini nah yang ini oh boleh yang ini itu Kan temanya jadi memilihnya itu dari apa namanya dari apa ya kayak wewengannya dari Scriptwriter lah ya atau produser karena produser yang menentukan akhirnya produser Oh ini boleh Oh ini ngga cuman secara tertulis ada beberapa hal yang standar banget itu semua media pasti oh ini melarang Sara ya kan melarang Ada apa rasis sudah segala macam itu kan enggak ada patokan resminya Nah kalau tidak resminya itu ada Patokannya di subjektif karena si scriptwriter itu sebelum jadi script writer harus menguasai radio gitu saja”.</i>
14	Apa indikator yang digunakan untuk menonjolkan atau mengecilkan bagian tertentu dari realitas sosial? <i>“Indikator nya sebenarnya satu yaitu segmen radio segmen radio kisi itu adalah anak muda dan dewasa muda Itu sebuah indikator jelas nih kita semua bahasan buat tema Oh ini bisa masuk di dewasa dan dewasa muda Oke tapi ini nggak bisa masuk untuk anak-anak itu pasti nggak mungkin tapi kalau ini ada nih bisa masuk untuk yang lebih dewasa orang tua ya kan kita segmennya sih dewasa muda atau berjiwa muda tapi tetap ini ada segmen apa ada info yang bisa masuk ke orang dewasa kita lihat lagi disiarkannya kapan di jam-jam yang rawan anak muda ya anak kecil mendengarkan anak muda boleh mendengarkan tapi anak kecil jangan mendengarkan Itu kan ada jam-jam tertentu Nah itulah salah satu indikasinya ini bahasan nggak cocok untuk anak kecil ya itu jangan di bahas”</i>
15	Apakah ada proses brainstorming untuk Untuk menyepakati narasi akhir dari konten sebelum dibacakan? <i>“Kalau itu pasti ada prosesnya itu kan terjadi di antara script writer, music director dan program director atau produser itu kan ada di situ Ada di situ kesepakatannya jadi si scriptwriter ngasih pdnya ngasih terus apa md-nya ngasih setuju jalan, kalau ngga setuju ya coret”.</i>

16.	Bagaimana proses penyaringan dan pendalaman informasi dilakukan sebelum siaran? <i>“Penyaringan dan pendalaman informasi jadi secara simpelnya penyiar itu harus baca dulu skrip sebelum Jauh sebelum siaran untuk prepare walaupun kadang-kadang semakin senior dia udah gak terlalu Butuh waktu lama ya kan cuma 15 menit sebelum disiarkan dia baca dulu juga kadang udah cukup jadi kita adalah prosesnya adalah membaca ya kan sedikit hafal tentang masalah apa informasi tersebut Itu naskah tersebut baru diutarakan dengan gayanya sendiri Jadi dari situ secara langsung si penyiar udah bisa apa namanya menyaring Ini Bahasa yang nggak pas nih jadi dia ganti dengan bahasa yang lebih pas gitu kan dan untuk lebih penekannya di mana segala macam biar kena lagi nah seperti itu keahlian sih skill penyiarnya”</i>
17.	Apakah ada ruang diskusi tim dalam membentuk dalam menentukan Bagaimana suatu isu dikemas sebelum disiarkan? <i>“Idealnya sih ada Itu biasanya tim itu ya adanya di scriptwriter sama produser”</i>
18.	Bagaimana tim memadukan unsur informasi dan hiburan dalam satu paket siaran? <i>“Hiburan dalam satu paket siaran itu sesuatu yang mudah-mudahan gampang Informasi yang paling gampang itulah informasi tentang apa namanya hiburan itu gampang banget disatukan ke hiburan dalam paket siaran tapi kalau informasi yang Yang mengecewakan kesedihan keduakaan itu yang paling susah kita adalah istilahnya semacam ilmunya penyiar Ilmunya scriptwriter disitulah memaksimalkannya Gimana caranya dia mengakali sebuah naskah berita naskah Informasi yang tidak maksudnya tidak menyenangkan Untuk didengar tapi dia Harus apa harus menyampaikan nah gimana caranya biar hiburan apa informasi tersebut itu tidak membuat sebuah apa namanya ketakutan atau bikin apa pendengar pindah channel lah kayak gitu sih”.</i>
19.	Apakah program memiliki simbol atau gaya khas jargon musik atau suara efek yang membedakannya? <i>“sekarang sih masih ada gitu walaupun sebenarnya Emang itu sepertinya wajib itu kan karena dari dulu itu seperti ada bumper opening Setiap program berbeda gitu kan terus backsound siaran juga beda jad orang juga dengar kalo backsound nya ini oh dia di acara A backsoundnya ini acara</i>

	<i>B,Suara efek atau apa dilihat dari programnya juga dulu ada suara efek dari pakai alat efek gitu kan karena itu menyesuaikan dengan kontennya jadi ada suara chipmunk Misalkan itu dilihat dari kebutuhan program sih”</i>
20.	Bagaimana musik generasi digunakan untuk membentuk kesan tertentu terhadap konten yang dibawa? <i>“Bisa sipenyiar itu bisa menyesuaikan dengan musiknya dulu gitu kan jadi di saat kita ada narasi yang harus diberikan naskah yang harus diberikan dengan sebelumnya adalah sebuah musik yang kalau misalkan dibilang contoh yang medium atau slow gitu kan tapi di saat itu kita harus memberikan sesuatu yang lebih ceriakan dari informasi yang membahagiakan kalau dilihat dari teknisnya lagu sedih ko ngomonginnya yang seneng seneng nih? Nah itulah skill nya penyiar digunakan jadi di dalam gaya pola siaran itu kita itu siaran nggak harus menyesuaikan dengan musiknya tapi harus menyesuaikan dengan informasi yang ada kalau informasinya menyedihkan walaupun sebelum naskah tersebut istilahnya update segala macam tiba-tiba naskahnya harus menyedihkan ya kita emang ngomongnya pun juga emang nggak bisa aktif juga”.</i>
21.	Bagaimana menyatukan informasi dan hiburan dalam satu siaran nih secara seimbang? <i>“Formulanya sih komposisi. komposisi musik sama informasi itu berapa banyak seperti contoh misalkan dalam satu jam keutuhan acara kalau diformator lagu itu misal bisa sampai 10 lagu ya yang disiapin untuk narasi on airnya atau penyiar itu sekali on air itu maksimal 3-5 menit jadi masih lebih banyak durasi lagunya gitu kan untuk menghilangkan kebosanan untuk mendengarkan radio Biasanya sih di apa namanya penyeimbangannya untuk saat ini karena tren radio udah berubah kalau dulu orang itu suka dengar penyiar dengerin radio itu dengerin siaran 15 menit penyiar ngomong masih mau didengerin Nah kalau sekarang udah beda 5 menit aja Udah orang udah males langsung pindah karena lebih fokusnya bukan penyiarnya kalau sekarang”</i>
22.	Apakah pendengar memberikan respon terhadap elemen simbolik yang digunakan seperti slogan atau format tetap? <i>“Respon pasti ada. Dulu kisi pernah berubah menjadi radio kesehatan Itu pendengar semua kebanyakan merespon negatif karena dari radio anak muda menjadi radio orang tua gitu dari radio kesehatan dengan asumsi kesehatan berarti radio orang tua ditambah waktu itu penyiarnya emang</i>

	tua-tua gitu kan itu pendengar memberikan bener-bener respon dengan perubahan segmen apalagi yang berhasil udah pasti yang sekecil pun juga kayak misalkan ada info atau ada segmen informasi seperti informasi sport ada bola atau apa itupun ada respon dari pendengar radio ini ada informasi tentang bola nih ada informasi tentang apa nih gitu kan itu selalu ada walaupun enggak secara Enggak banyak ya karena kan di awal bilang kalau radio itu sekarang pendengarnya pendengar pasif tapi kalau kita Kalau saya sendiri sih sering survei kecil-kecilan jadi di lingkungan suka nanya ini nanya apa Nanya apa kalau dia dennger kisi enggak sekarang gimana? Ah kisi jadi begini Kenapa sih itu kan Oh iya iya iya itu kan ada ada istilahnya evaluasi buat kita juga”.
23.	Apakah ada mekanisme evaluasi berkala terhadap isi program? “Biasanya ada evaluasi mekanisme apa mekanisme berkala dulu itu biasanya dulu itu kita punya moonlymeeting dengan walaupun Sekarang emang lagi jarang sih ya moonlymeeting kita ngebahas tuh setiap program ya kan dari situ evaluasinya Seperti apa evaluasi yang utama sih bisa setelah 3 bulan , moonly meeting hanya evaluasi kecil kecilan, nah udah 3 bulan baru kita evaluasi tuh, nih programnya gini giniresponnya Seperti apa gitu kan dari situ, yang bagus kita tingkatkan yang kurang bagus langsung kita ganti Biasanya, jadi kita enggak pernah lama-lama ini program acara ini apa sepi aja nih padahal udah 3 bulan ya udah ganti aja isi segmennya. segmennya sih biasanya yang paling sering, ga laku segmen ini udah ngapain di terusin”.
24.	Bagaimana hasil evaluasi digunakan untuk pengembangan program kedepannya? “Ya itulah evaluasi kan menjadi sebuah analisa buat kita bisa mendapatkan hal-hal yang kita nggak sadari karena basicnya orang-orang radio itu feeling ya, ah yang dengerin kisi banyak ko tapi ngga ada data ya kan, nah sekarang dengan adanya evaluasi itu dengan melibatkan pendengar pastinya, nih segmen ini nih ko yang sms atau yang wa dikit banget yang respon, ya itu berarti program atau segmennya Apa namanya nggak bagus Nah kita cari yang paling minimal bagusnya gitu kan mungkin ada yang lebih bagus ini ya kita gimana usahain biar semuanya jadi bagus dari hasilnya”.
25.	Apa indikator keberhasilan program menurut manajemen?

	<i>“Manajemen itu menghasilkan uang itu bisa dibilang keberhasilan program karena program banyak pendengar terus juga bisa menghasilkan sponsorr di dalam sebuah program itu kesuksesan sebuah program di media itu adalah itu. karena banyak pendengar pun kalau nggak ada yang beriklan di acara itu udah lewat kadang untuk saat ini Prime Time itu bisa dengan acara Bukan jam, Kalau dulu kan prime time itu adalah jam pagi sampe siang, sore sampe malem nah sekarang siangpun bisa jadi prime time kalo misalnya acaranya itu acara yang paling banyak diminati”.</i>
26.	Siapa saja yang biasanya terlibat dalam rapat evaluasi program? <i>“Semuanya, semua tim di manajemen semua juga ikut ya kan dari penyiar, music director, scriptwriter, produser, program director, ya termasuk pimpinan semua ikut Di rapat evaluasi program bisa dengan sebanyak-banyaknya yang ikutan jadi kita sebanyak-banyaknya ada input juga”.</i>
27.	Apakah dimasukkan dari pendengar yang dijadikan dasar dalam proses evaluasi? <i>“Ada selalu ada karena walaupun satu pendengar yang berkomentar itu sebuah evaluasi buat kita kita pernah ada contoh kasus news update ada yang cadel, itukan cuma satu kasus padahal cuma satu orang yang wa kita tapi langsung dihilangkan oleh kita karena Oh iya juga ya Yang satu orang itu bisa mewakili berapa puluh orang atau ratus orang yang lain ada hanya ada satu orang yang aktif karena pendengar radio sekarang kan pasif, jadi kalo ada yang aktif, berarti ada apanih? Begitu”.</i>
28.	Selanjutnya Bagaimana mekanisme evaluasi dilakukan setelah siaran berlangsung <i>“Kalau evaluasi yang dilakukan apabila siaran berlangsung itu biasanya kalau ada sesuatu yang urgent di saat siaran tiba-tiba ada lagu yang terputar lagu yang terputar itulah lagu yang dilarang atau tidak tepat pemutarannya jamnya Harusnya kan malam dia diputar di pagi Biasanya kalau sih langsung karena itu kan enggak terlalu istilahnya itu hal yang penting tapi enggak enggak bisa nunggu lama atau mungkin pas siaran ada beberapa kata-kata yang terucap enggak bagus gitu kan langsung dievaluasi tadi ngomong begini begitu kalau bisa jangan diomongin ya”.</i>
29.	Apakah ada faktor penghambat dalam produksi siaran? Jika ada coba jelaskan?

	<i>“Hambatan untuk selain teknis, rata rata sih pasti teknis, kayak misalkan untuk ke apa namanya kayak disitu kan ada segmen di program Bogor In The Morning kan ada yang bisa traffic info gitu kan kurang apa maksudnya Ya kurang lancar misal, itu kan jadi sebuah hambatan juga jadi program acara kan jadi agak sedikit terganggu tuh konsentrasi kan agak sedikit misal gitu kan Kalau Walaupun jarang terjadi sih hambatan itu terus atau misal dari beberapa segmen yang di Bogor di Bogor In The Mornig misalkan kayak ada yang interaksi dengan pendengar ya mau dari tema ataupun juga segmen kayak misalkan plin-plan atau apa kalau respon dari si pendengar yang enggak sesuai sama tema Ya kita harus bisa pintar-pintar ngakalinnya karena kendalanya sih untuk program Bogor In The Morning sih kayaknya bukan dari si sekitaran Kisi crew-nya karena kan kita udah tahu udah formatnya sudah jelas sistemnya udah ada cuman kan untuk interaksi seperti kayak misalkan info Traffic terus ada apa opini dari pendengar tentang sebuah tema atau segala macam yang mungkin tidak sesuai atau apa Nah itu ya mungkin bisa jadi dibilang kendala yang biasa dihadapi sama penyiar program-program siaran sih program Bogor In the Morning itu, berarti itu kan faktor eksternal tapi kalau dari internalnya sendiri atau mungkin dari si komputer atau dari sisi teknis ya paling ya teknis banyak sebenarnya ya kalau misalkan dalam misalkan cuaca tidak mendukung ya tetap dari luar pemancarkan, Nih misal yang benar-benar kejadian intern yang ada di kisi misal kayak listrik mati tetap juga kan faktornya karena kan listriknya dari luar atau misal komputer yang kurang dirawat gitu kan itu masalah teknis sih pasti jadi enggak lah pasti selalu ada karena kan ada umurnya juga ya kan dari komputer mixer dari mic kayak mungkin kabel-kabelnya tiap hari kan sih mixer itu kita pakai kita nyalain mic pun juga kita pakai Terus apa si magnetnya pun juga bisa berubah gitu atau malahan eee penggunaan posisi mic-ingnya enggak pas sama si penyiar itu juga bisa jadi bisa sedikit mengganggu kenyamanan siaran ya kan kalau posisi mic aja kan jadi enggak enak suaranya beda”.</i>
30.	Apa harapan kedepannya Bagaimana bagi pengembangan program ini agar tetap relevan dan dinikmati oleh pendengar di tengah perkembangan media digital? <i>“Pengembangan nya sih sebenarnya cuma satu, Program In the morning tidak hanya di siaran frekuensi tapi ada di media sosial di media digital bisa berbentuk teaser potongan-potongan siarannya muncul di media sosial radio atau media sosial karyawan yang lain gitu kan harapan saya sih sebenarnya ke sana Jadi pengembangannya bukan di siaran on air-nya jadi di media-media sosial”.</i>

Lampiran 2 Panduan wawancara Informan 1

Nama : Rendi Almonrista
 Jabatan : Program Director & Penyiar
 Tempat : Radio KISI 93.4 FM BOGOR
 Waktu : 05 Mei 2025

No.	Hasil Wawancara
1.	Di awal di pertanyaan Terima kasih sudah meluangkan waktu sebagai pembuka Bolehkah saya bertanya untuk kakak untuk memperkenalkan diri serta menceritakan sedikit tentang peran dan tanggung jawab anda di radio Kisi Fm Bogor? <i>“Kenalin gua Almon Rista di kisi Fm Bogor sebagai program director sekaligus announcer dari program bogor in the morning”.</i>
2.	Sudah berapa lama pak dhani bekerja di radio kisi fm? <i>“Dari 2016 ketika radio kisi fm maasih di kota bogor di daerah taman elang jalan puter namanya dari 2016 sampai akhirnya 2017 di Boyong oleh Sentra Medika group sampai 2025 berarti dari 2016 ke-25 kurang lebih 9 tahun”.</i>
3.	Kenapa Dinamakan Bogor in the morning pada program ini lalu apa target audiens yang ingin dicapai? <i>“Oke baik karena program bogor in the morning jelas kami sebagai salah satu radioa di bogor eee apa namanya pengen apa ya istilahnya memberikan bukan memberikan tapi melabeli diri kami bahwa program pagi bogor in the morning itu kisi fm bogor gitu, oh acara pagi radio Bogor Bogor raya Secara jangkauan kan Bogor Raya kan di sini masih cover gitu jadi kayak wajah dari program pagi ya itu program bogor in the morning, supaya orang oh bogor in the morning kisi begitu”.</i>
4.	Bagaimana anda menentukan siapa yang menjadi sumber-sumber informasi dalam program ini? <i>“Tentunya siapa yang menjadi sumber informasi dalam program ini eee mungkin di ilmu komunikasi juga pernah diajarin bahwa eee informasi untuk media kan bisa dapat informasi dari media to media jadi kita untuk menentukan informasi juga mengambil dari media-media lain seperti contohnya media digital zaman sekarang mungkin kayak USS FEED kemudian ada FOLKATIVE terus juga ada CREATIFOX ada eee dan lain-lain maksudnya ee informasi eee apa namanya biasanya sumbernya dari sana supaya itu tadi media to media jadi supaya untuk media digitalkan</i>

	mereka enggak punya eh media konvensional radio secara on air gitu ya, Ya udah jadinya karena sama-sama media saling menyebarkan informasi ya sumbernya dari situ dan lain-lain sebenarnya dari radio lagi juga mungkin eee kita juga dapat informasi sumbernya gitu tapi dengan penyampaian eh seKISI mungkin atau dengan gaya KISI untuk eee menyampaikan di tiap Informasi yang disampaikan di setiap programnya khususnya program saya ya mungkin”.
5.	Bagaimana strategi anda dalam menyusun pesan agar sesuai dengan karakter program dan target audiens? “Pokoknya untuk strategi sebenarnya ga ada yang Gimana ya, yang jelas karena program bogor in the morning, program pagi, gimana caranya kita mengemas informasi dalam siaran radio itu selite Mungkin seringan mungkin, dengan dengan daya siarannya gue dengan gaya siaran nove yang mana bahasa yang dipilih bahasa Indonesia pasti dengan kalimat-kalimat yang mudah dimengerti atau bisa disimpulkan ya kalimat-kalimat casual lah ya dan eee relevan lah sama apa namanya pendengar gitu karena memang secara karakter kami ini karakter programnya adalah variety show yang dimana harus dikemas secara santai mungkin ya karena kita bukan news banget gitu dan target audiens kita kan karena memang eee apa namanya luas ya Maksudnya kan size pendengar kita kan dari 18 tahun sampai 40 tahun lagi gimana caranya eee Informasi yang disampaikan eee apa namanya mengakomodir semua usia gitu gua rasa sih dengan kalimat dan bahasa yang mau pakai di bogor in the morning bisa mencakup semua karena gua ga pake bahasa planet begitu”.
6.	Komunikasi apa saja yang digunakan selain siaran radio Untuk menjangkau pendengar? “Digital kita gunain streaming itu bisa di www.kisifm.com kemudian juga kita punya aplikasi itu bisa sementara ini bisa di-download di playstore gitu jadi enggak cuman frekuensi yang kita gunakan supaya itu tadi Untuk menjangkau pendengar-dengar di luar dari eh pendengar radio frekuensi itu sendiri seperti itu”.
7.	Kemudian Bagaimana karakteristik pendengar dipetakan dan dipahami oleh tim produksi? “Dari usia gitu ya yang kurang lebih seperti ini pertanyaan awal dengan ya gimana caranya kita memberikan informasi disesuaikan dengan peta dari pendengar kita karena size kita dari 18 sampai 40 tahun cari informasi yang

	<i> mungkin agak sedikit dinamis mungkin di jam pertama kita kasih dulu yang eemm apa namanya mencakup dalam dari size 18 sampai 25 mungkin kemudian di jam selanjutnya mencakup usia sampai 40 tapi biasanya memang kita mencoba untuk memberikan informasi informasi yang memang mengakomodir usia itu semua ”.</i>
8.	Darimana biasanya tim mendapatkan ide atau TOPIK untuk siaran? <i> “Mecem mecem sebenarnya kita nyari ide atau topik gitu karena memang sekarang gua rasa semua radio juga sekarang udah beriringan bersama digital Ya maksudnya sosial media gitu jadi topik sekarang gampang banget untuk dicari untuk dibawain di siaran radio bisa lewat sosmed Mungkin lagi isu-isu yang terhangat mungkin apa entah itu trend entah itu apa namanya lifestyle orang mungkin eee budaya pop gitu top culture gitu terus ya macam-macam mungkin dari kebiasaan-kebiasaan orang di saat itu jadi Biasanya kita apalagi isu isu yang memang harus di apa namanya harus dibicarakan ya eee Apalagi kan kita media kita harus menginformasikan karena kalau ngomongin soal informasi ini sekarang juga ada yang enggak sampai mungkin salah satu alasannya Mungkin orang yang ditargetkan atau ditargetkan ga main sosmed gitu kan dia dengar radio kita berharapan yang gitu jadi eee Biasanya kita eee caranya gitu sih ini untuk mendapatkan ide itu dari mana sebenarnya dari mana mana sebenarnya dari mimpi juga ada kadang tuh atau dari bengong gitu macam-macam lah ”.</i>
9.	Bagaimana proses verifikasi fakta atau referensi itu dilakukan? <i> “Yaaa pastinya kita cari namanya formasi dari media-media yang memang sudah ter validasi maksudnya valid lah ya Maksudnya kita nggak cari di juna blogspot info uptodate.com ga gitu lah ya yang kita cari memang media media yang sudah tervalidasi gitu secara legalitasnya paling gampang kita cari di Google atau mungkin zaman sekarang bisa bantu-bantu AI gitu kan lebih gampang sih di era sekarang tuh tinggal cari di Google atau cari media-media seperti uss feeds kan sudah valid sebagai media digital gitu ”.</i>
10.	Bagaimana proses penyusunan script itu dilakukan apakah dibuat harian atau perminggu? <i> “Per-harian Ya maksudnya karena memang bogor in the morning kan program reguler kami yang dimana untuk siarannya dari hari senin sampai hari jumat jadi kami memang script nya dibuat harian begitu ”.</i>

11.	Sejauh mana fleksibilitas penyiar untuk mengembangkan script di luar naskah saat siaran berlangsung? <i>“Cukup fleksibel ya di bogor in the morning dan afd juga, pokoknya program program kisi cukup fleksibel gitu jadi kita kalo misalkan mau apa namanya bikin script gimana caranya si penulis ini juga dikasih keleluasaan atau mungkin bikin script yang memang gaya kisi banget jadi improvisasi juga dibutuhkan gitu, jadi sangat fleksibel sebenarnya”.</i>
12.	Apakah ada format tertentu dalam membuat script agar tidak monoton dan tetap menarik? <i>“Supaya tidak monoton kita menggunakan gaya bahasa yang tidak kaku kasual tadi ya gitu, terus apa namanya Diisi dengan ya karena gua memang personal branding gua sebagai penyiar di bogor in the morning karena gua sih harapannya Memang gua jenaka ya tapi gua berharapnya komedi gitu jadi gimana caranya informasi apa namanya atau script yang kita bikin itu tuh ada unsur-unsur hiburannya lah gitu ya Enggak cuman informasi aja supaya enggak monoton karena apalagi Apalagi size kita kita ada targetnya anak-anak muda jadi dibuat supaya tidak monoton dibuat dinamis lah seperti itu”.</i>
13.	Bagaimana tim melakukan seleksi tema atau isu yang akan dimasukkan ke dalam siaran? <i>“Yang pasti sih kita kalo tema kalo bisa isunya ga lewat udah lewat misalkan isinya tahun 2016 kita bahas sekarang kan terlalu lama tuh ini kan kecuali kita pakai time traveller gitu tapi bisa juga jadi memang kita usahakan bukan ini mah udah harus udah jadi sop bahwa berita berita, t isu isu itu yang kita bawa harus aktual harus terkini gitu ya dan juga melihat faktanya juga gitu eee di apa dilihat juga itunya terus ee dari tema yang memang umum supaya bisa mencakup karena kan ada yang tahu spesifik gitu mungkin di kelompok-kelompok tertentu gitu gimana caranya supaya terdengarnya informasinya isunya memang apa namanya eee cari isu yang memang umum gitu kita enggak bisa nyari itu itu misalkan dari apa namanya main tenis di skena-skena selebgram misalkan gitu karena yang denger selebgram doang sedangkan orang orang umum bodoamat saya ga main tennis saya main futsal itu sih jadi lebih dibikin umum aja untuk tema dan isunya”.</i>
14	Apa indikator yang digunakan untuk menonjolkan atau mengecilkan bagian tertentu dari realitas sosial?

	<i>“Indikatornya adalah pokoknya hal hal yang relevan aja gitu maksudnya realateable nya tinggi gitu karena kalau kita nih misalnya gua ngomongin soal saham gitu ya nggak relevan untuk target mendengar kita karena target mendengar kita mungkin ada yang main saham Tapi kan yang lain belum tentu juga gitu jadi memang indikator apa namanya isu itu tuh dibuat serelevan mungkin supaya itu tadi radio kita menjangkau semua pendengar”.</i>
15	Apakah ada proses brainstorming untuk Untuk menyepakati narasi akhir dari konten sebelum dibacakan? <i>“Brainstorming pasti ada sih, apalagi program director dan siaran juga pasti ada prosesnya juga , apa namanya ini narasi kita aman ga ya sebagai media, kita harus tetep berimbang kan dan gaboleh berpihak kita kita juga gaboleh kelewat batas gitu kanGue juga ngambil siaran Coba ugal-ugalan Mungkin gitu jadi pastinya ada brainstorming ada diskusi gitu apalagi kadang suka sembarangan supaya yang danger juga nyaman Jadi nggak ada informasi atau kalimat-kalimat yang gua bawain atau nove bawain itu menyinggung apa namanya kaum kaum tertentu kayak mereka berpikir ini mah sara deh, jadi supaya nanti terasa kompak Iya kan karena nanti juga masih disepakati jangan supaya nanti belang banget”.</i>
16.	Bagaimana proses penyaringan dan pendalaman informasi dilakukan sebelum siaran? <i>“Pokoknya kita cari informasi lalu di akulturasi dulu kira kira yang satu isunya penting yang satu isunya menarik, gacuma menarik tapi relevan juga karena percuma kalopun menarik tapi ga relevan buat apa gitu, ya mungkin ya kayak tadi contoh gua mungkin nih secara isu secara berita Menarik untuk apa para trader-trader gitu Tapi kan beda relevan sama pendengarnya kisi gitu Kita selalu ini yang penting nggak kita bawain di program kita diRadio kita takutnya nanti ga masuk misalkan kita ngomongin eee berita rusia dengan bahasa rusia ya kan”.</i>
17.	Apakah ada ruang diskusi tim dalam membentuk dalam menentukan Bagaimana suatu isu dikemas sebelum disiarkan? <i>“Pasti ada, pastikan Tiap kepala juga kan beda beda kan pasti kan karena memang budaya kerjanya disini ini agak santai maksudnya ada teamwork jadi semuanya ada diskusi jadi kita kerjanya ga sendiri sendiri walaupun memang ada beberapa jobdesk yang dikerjakan sendiri tapi kan kalo dengan budaya kerja kayak kerja kita kan penuh dengan diskusi mulai dari yang penting hingga yang tidak penting”</i>

18.	Bagaimana tim memadukan unsur informasi dan hiburan dalam satu paket siaran? <i>“Mungkin kalo bahasa gua ya 50-50 gitu satunya informasi satunya improvisasi ya Yang paling sebagai media kita kan gaboleh Menghilangkan intisari berita tersebut jadi tetep disampein tapi ada unsur hiburannya juga hiburannya datang dari ya bercandaannya gue sama nove gitukan mungkin dari angle-angle sudut pandang dari nove dalam melihat fenomena tersebut jadi supaya dalam satu paket siaran informasi yang sampai itu tuh gampang ke kunyah sama pendengar”.</i>
19.	Apakah program memiliki simbol atau gaya khas jargon musik atau suara efek yang membedakannya? <i>“Ada sih kalau kayak jargon sebenarnya kita semuanya program sama sih kayak musiknya semua hits, tapi kalo diprogram gua biasanya guapake sound efek yang memang terdengar kaya komedi kemudian juga ada backsound yang instrumen aja tidak ada nyanyi-nyanyi nya gitu supaya itu juga apa ya menebalkan isi siaran tersebut jadi rasanya ada hiburannya begitu”.</i>
20.	Bagaimana musik generasi digunakan untuk membentuk kesan tertentu terhadap konten yang dibawakan? <i>“Berarti kan untuk mendukung narasi kita bawa gitu mungkin lebih ke suasananya aja kali ya suasananya gitu sore soalnya juga pakai backsoundnya lagu setelah eh lagu yang udah diputar bisanya dia ngomong di atas lagu kemudian itu tadi balik lagi karena Kalau kosong banget kan bukan podcast gitu kan siaran radio kita harus terasa radionya banget juga gitu terus siaran juga agak sedikit apa ya jadinya dinamis lagi tuh kayak gitu-gitu doang enggak ngomong gitu kan mungkin kayak berita mungkin itu juga sebagai medianya bukan yang news banget gitu sih”.</i>
21.	Bagaimana menyatukan informasi dan hiburan dalam satu siaran nih secara seimbang? <i>“Berarti kayak yang tadi itu yang pertama pokoknya gua sih enggak mau ngilangin intisari berita itu point berita itu apa enggak akan pernah hilang karena kalau misalkan kita menghilangkan fakta tersebut kan jadinya nanti eee sama aja kita nyebarin berita bohong kayak misalkan anis itu utusan malaikat gitu itukan hoaks, anis mah manusia gitu anis tuh akademisi bukan utusan malaikat contohnya gitu, jadi gua fakta-fakta beritanya memang</i>

	<i>harus sampai tapi kan di berita supaya dikemasnya eee enak dan sebenarnya kalau gua sih ngomongnya gampang di kunyah orang ya dengan cara komedi gitu sebenarnya apapun kalau disampaikan dengan komedi gampang ke kunyah istilahnya gampang masuk ke si pendengar tersebut”</i>
22.	Apakah pendengar memberikan respon terhadap elemen simbolik yang digunakan seperti slogan atau format tetap? <i>“Ada sih pasti ada orang mendengar mungkin kayak elemen simbolik mungkin seperti backsound terkait hal positif atau negatif gitu ya, kayak misalkan contoh, sorry tadi backsoundnya kekencengan, gua ga denger informasi yang disampein tapi gua lebih kedengeran suara sabrina carpenter gitu contohnya ni yang nyampein berita sabrina atau deira misalkan gitu. Ada format terus juga mungkin apa namanya ada format tetap itu tuh Tadi itu yang format tetap itu kayak lagu Kita kan memang kalau misalkan tahun kita kan enggak mungkin lagu-lagu yang lama ya Adapun komposisinya sedikit gitu nah itu juga jadi tuh kalau ada respon kayak saya mau request lagunya WR Supratman dong gitu kan kita enggak ada , karena memang lagu kita secara format 2 1, 2 mancanegara 1 indonesia, Jadi disesuaikan gitu biasanya kita udah ngasih tahu juga kayak format request bahwa namanya siapa Kemudian dari mana Dan request-nya kalau bisa lagu-lagu baru itu juga kan ada formatnya dari kita gituuu”.</i>
23.	Apakah ada mekanisme evaluasi berkala terhadap isi program? <i>“Ada 3 bulan sekali karena dalam satu tahun ada empat kali evaluasi di kita gitu ya macam-macam evaluasinya dari isi programnya ada segmen segmen program mungkin yang kayak kurang relevan, selalu ada”.</i>
24.	Bagaimana hasil evaluasi digunakan untuk pengembangan program kedepannya? <i>“Jadi pelajaran pastinya jadi perbaikan juga supaya nantinya kita implementasikan di bulan selanjutnya, misalnya di 3 bulan pertama evaluasi, apa aja nih yang miss atau ada yang kurang oke segala macam kita pelajari oke kita nemuin sosulisnya akhirnya kita eee implementasikan di 3 bulan selanjutnya”.</i>
25.	Apa indikator keberhasilan program menurut manajemen? <i>“Kalau menurut manajemen sih pasti yang pasti ya revenue gitu karena media swasta apalagi harus punya pemasukan gitu kan pasti satu itu</i>

	kemudian dari data Ac Nilsen hasil dari rating pendengar kita naik itu juga kan apa namanya indikator keberhasilan gitu jadi program yang kita bawa yang udah kita dari hasil evaluasi di 3 bulan sekali dalam setahun berarti kan ada dampaknya bahwa kita nambah tuh pendengar kemudian eee apa namanya feedback dari pendengar mungkin dari WhatsApp atau mungkin dari sosmed kita gitu datanya makin naik itu kan jadi indikator juga dan sponsor-sponsor yang mungkin sudah mulai ikut kerjasama di program-program di kisi fm Bogor”.
26.	Siapa saja yang biasanya terlibat dalam rapat evaluasi program? “Ada semua kru si semua kru harus karena itu tadi mau bilang kita karena budaya kerjanya harus punya suara harus punya kontribusi begitu”.
27.	Apakah dimasukkan dari pendengar yang dijadikan dasar dalam proses evaluasi? “Ada-lah, sekarang kita sekarang kita juga Gimana caranya tetap bisa berjalan karena kan kalau radio ya Walaupun memang selama kuping masih ada pasti ada Dengar radio tapi kan mendengarkan ibaratnya kalau di jualan dagang lah gitu ya kan apa namanya ya pembeli kan raja lah gitu kalau anda misalkan masukkan segala macam pasti kita tampung dulu eh tampung Mungkin ada yang bagus Mungkin ada yang sebenarnya apa namanya se pendengaran dia aja padahal sebenarnya eee apa namanya udah pernah kita selesaikan segala macam sering sih yang paling sering biasanya mungkin Secara teknis kali ya mungkin kayak siaran yang agak kresak kresak segala macam kita tampung juga bahwa Oh ternyata pemancar kita masih ada apa namanya maintenance segala macam pastinya sih ada sih semuanya juga kita Kampung kita mah radio baik tahu.”.
28.	Selanjutnya Bagaimana mekanisme evaluasi dilakukan setelah siaran berlangsung? “Pasti banyak brainstorming gitu kan dari tiap kepala di sini semua gimana ngerasa program ini jalannya gimana Apakah ada yang kurang segala macam nanti misalkan dari peralatan atau apa kan nanti kita bisa ajuin ke manajemen kemudian tanya juga program director gitu kan Ya intinya saling diskusi aja sih supaya nanti dari berbagai sisi dari sisi penyiarannya apa Masalah kendalanya dari program Mereka melihat atau memonitoring program selama setahun apa gitu jadi kan nanti bisa saling diskusi supaya enak-enak aja dan biasanya juga mau ngecek dari Logger siaran siapa tahu ada acara-acara yang enggak sesuai sop atau pakemnya kita gitu-gitu dan

	<i>question box juga kadang jadi acuan kita juga untuk apa namanya mekanisme evaluasi”.</i>
29.	Apakah ada faktor penghambat dalam produksi siaran? Jika ada coba dijelaskan? <i>“Kalau ngomongin kendala di produksi “Bogor in The Morning”, ya pasti ada aja sih, baik dari dalam tim sendiri maupun dari luar. Dari internal, misalnya nih, kalau salah satu penyiar sakit. Karena kita tuh siarannya formatnya tandem, jadi kalau yang siaran cuma satu orang, pasti kerasa banget bedanya. Pembawaannya jadi nggak seimbang, feel-nya beda, dan pendengar juga bisa ngerasain itu. Terus yang cukup kerasa juga tuh soal SDM. Jujur aja, kita masih serba terbatas. Mulai dari nyari berita, nulis script, sampai nentuin cara bawainnya kayak gimana, itu semua masih kita lakuin sendiri. Padahal idealnya sih ada script writer atau produser yang bantu di balik layar. Jadi kerjaan bisa lebih fokus, waktu juga lebih ke-manage, dan kualitas siaran pastinya bisa lebih maksimal. Nah, masalah teknis juga sering jadi tantangan. Kadang PC-nya error, mixer tiba-tiba bermasalah, mic nggak nyala, atau pemancar yang nggak stabil. Belum lagi kalau internetnya gangguan. Semua itu bisa bikin siaran jadi nggak maksimal bahkan kadang harus delay atau diulang. Dari sisi pendanaan juga sama aja. Dana yang terbatas bikin kita nggak bisa eksplor segmen baru yang lebih kreatif. Padahal kalau ada support lebih, pasti program bisa dibuat lebih segar, variatif, dan bisa lebih menarik buat pendengar. Kalo dari faktor luar, cuaca ekstrim juga jadi tantangan tersendiri. Apalagi kalo lagi ada petir, pemancar mau nggak mau harus dimatiin. Kalau dipaksa nyala, bisa-bisa kesamber petir, dan itu bahaya banget. Bisa rusak alat, ganggu produksi, dan malah bikin kerugian yang nggak sedikit. Satu lagi yang cukup berat sekarang tuh soal persaingan media. Pendengar sekarang punya banyak pilihan. Ada podcast, radio streaming, semua serba on-demand. Mereka bisa dengerin kapan aja dan dari mana aja. Itu bikin durasi orang dengerin radio pagi kayak program kita jadi makin pendek. Jadi ya, kita harus terus muter otak biar bisa tetap relevan dan tetep punya tempat di hati pendengar”.</i>
30.	Apa harapan kedepannya Bagaimana bagi pengembangan program ini agar tetap relevan dan dinikmati oleh pendengar di tengah perkembangan media digital? <i>“Sebagai program director juga harapannya gue sebenarnya juga nggak ada bosen-bosennya untuk belajar terus apa namanya jadi jadi orang yang berkembang gitu ya apalagi kan digital makin lama makin canggih gitu dari tahun ke tahun juga banyak pembaruan-pembaruan yang mana kan sebagai media juga kita harus ngikutin karena kan media konvensional sekarang</i>

<i>sudah mulai ditinggalin gitu jadi harapannya semuanya juga semangat berkembang harapannya juga secara di manajemen juga mendukung semua kebutuhan kebutuhan kita apalagi yang kelihatan dengan digital gitu kan itu juga perlu ada tools ya kan harapannya sih kita semuanya didukung juga di support juga gitu dan terdapatnya tiba-tiba ditinggalkan cuma radio yang ada jadi jadi paling menang terus gua harap kisi sebagai media konvensional apalagi di analog gitu ya frekuensi gitu kayak media gitu jawabannya terus bisa eksis lah ya gitu karena banyak radio yang sudah mulai gulung tikar ya kan karena itu banyak hal mungkin satu eee apa namanya eh keadaan Kahar yang enggak bisa kita eee prediksi seperti covid kan keadaan kahar itu, kemudian juga Enggak eh enggak bisanya si radio tersebut untuk mengikuti kecanggihan atau digital yang berdasarkan udah kenceng ini gitu jadi gua enggak pengen kisi itu juga ketinggalan lah sebagai radio”.</i>

Lampiran 3 Panduan wawancara Informan 2

Nama : Noverina Dwi Hermilenia
 Jabatan : Music Director & Penyiar
 Tempat : Radio KISI 93.4 FM BOGOR
 Waktu : 05 Mei 2025

No.	Hasil Wawancara
1.	Di awal di pertanyaan Terima kasih sudah meluangkan waktu sebagai pembuka Bolehkah saya bertanya untuk kakak untuk memperkenalkan diri serta menceritakan sedikit tentang peran dan tanggung jawab anda di radio Kisi Fm Bogor? <i>“Perkenalkan nama gue noverina Gue sudah menjadi penyiar radio kisi fm dan untuk saat ini gue dipercayakan untuk untuk menjadi penyiar Bogor in the morning dan selain itu juga gue di sini adalah music director juga”.</i>
2.	Sudah berapa lama pak dhani bekerja di radio kisi fm? <i>“Sejak 2020”.</i>
3.	Kenapa Dinamakan Bogor in the morning pada program ini lalu apa target audiens yang ingin dicapai? <i>“Kenapa Bogor in the morning sebenarnya itu sudah sudah apa ya sudah nama yang saklak di dari atasan gue kayak program director Stasiun Manager gitu tapi kalau misalnya tujuan atau deskripsi program ini tuh sebenarnya untuk program yang nemenin audience untuk berkegiatan di pagi hari gitu karena apa di hari itu kayak menurut gue mood di pagi hari itu sangat-sangat berpengaruh untuk kegiatan sepanjang hari gitu jadi program ini tuh kayak ngasih mod yang bagus gitu untuk audience untuk bisa dapetin mood yang eee apa ya yang bagus juga karena penyiarnya juga apa ya mungkin format format siaran Bogor ini morning adalah variety show gitu Jadi bukan hanya saklak informasi tapi kita juga menyelipkan ee hiburan-hiburan jadi tidak menonton di dengar begitu”.</i>
4.	Bagaimana anda menentukan siapa yang menjadi sumber-sumber informasi dalam program ini? <i>“Oke kalau misalnya sumber informasi di program bogor in the morning, bogor in the morning tuh Untuk informasi aja itu siarannya dari jam 06.00 pagi sampai jam 10.00 pagi jadi selama 4 jam itu tentunya berisi tentang berita-berita informasi dan aktual gitu ya tapi kalau misalnya kita sebagai penyiar untuk mencari sumber informasi di program Bogor in the morning</i>

	tentunya kita juga mengandalkan media digital juga gitu kayak contohnya misalnya USSfeed, CNN, eee Kompas gitu tetap kita eee apa ya mempercayakan juga eee media-media yang sudah sudah apa ya sudah terverifikasi beritanya gitu ya tapi enggak kadang juga ee Gue tuh dari Twitter juga ada gitu ya Dari apa namanya dari tokoh-tokoh publik yang terpercaya gitu Kayak misalnya dia mengangkat suatu eee pembahasan gitu terus mau bahas juga di on air itu juga pernah gitu ya and then eee sumber informasi juga eee sangat memungkinkan kita dapat dari pendengar gitu Kenapa karena eee mungkin kita enggak tahu apa yang sedang terjadi gitu ya karena eee apa ya kadang gue juga kayak kalau misalnya lagi siaran gitu ya kayak gue Suka Suka bertanya gitu kepada pendengar kayak mungkin ada ada kejadian apa eee atau mungkin ada kemacetan kah atau jalanan Seperti apa itu kayak kita juga sangat terbuka sekali untuk eee pendengar bisa ngasih informasi itu ke kita gitu”.
5.	Bagaimana strategi anda dalam menyusun pesan agar sesuai dengan karakter program dan target audiens? “Strateginya sih setelah kita sudah memutuskan untuk membawakan Informasi apa ya tentunya karena bogor in the morning itu 2 penyiar tentunya ada kesepakatan itu dulu baru kita apa ya sebenarnya kalau menyusun pesannya itu tetap informatif, informatif itu tetap ada gitu ya cuman memang harus disesuaikan dengan karakter program gitu karena untuk target audience-nya sendiri kan di FM itu di 18-40 tahun gitu Jadi bagaimana caranya menyusun pesannya itu dengan memakai bahasa yang mudah dimengerti gitu. memakai bahasa yang mudah dimengerti dan agar bisa menarik pendengar gitu ya dan eee siarannya tidak monoton begitu-begitu saja makanya suka disebutkan eee hiburan gitu jadi enggak Just memberikan informasi aja”.
6.	Komunikasi apa saja yang digunakan selain siaran radio Untuk menjangkau pendengar? “Oke kalau udah selain dari konvensionalnya apa namanya FM konvensional, kita juga ada streaming di www.kisfm.com terus kita juga punya aplikasi fm bogor di playstore, jadi sementara ee itu selain dari konvensionalnya sudah tersedia di digital juga”.
7.	Kemudian Bagaimana karakteristik pendengar dipetakan dan dipahami oleh tim produksi?

	<i>“Oke ini sekali lagi untuk karakteristik mendengar itu maksudnya sudah ada orang yang memiliki otoritas untuk apa ya menciptakan target untuk target terdengar ya Bogor gitu jadi karena kita juga beberapa kali mengalami perubahan-perubahan format ya entah dari format tagline format, target audiensnya itu sudah beberapa kali ada perubahan dan untuk karakteristik yang sekarang di radio kisi fm Bogor itu dengan tagline musiknya semua hits dan itu untuk target audience-nya di Kisaran terus usia 18-40 tahun dan esnya itu ss-nya sorry SS itu di ABC gitu jadi memang ini penting ya untuk penyiar juga harus tahu apa Eh siapa target audiens yang kita tuju gitu supaya nanti bisa menyesuaikan juga dengan Dengan apa namanya dengan siaran yang kita bawaan dengan informasi yang kita bawaan juga”.</i>
8.	Darimana biasanya tim mendapatkan ide atau TOPIK untuk siaran? <i>“Oke kalau TOPIK untuk siaran tadi udah aku bahas juga ya untuk dari media-media digital itu kayak ussfeed, CNN yang dan lainnya juga bisa menjadi ide dan topik untuk siaran sih tapi kalau misalnya karena di Bogor in the morning itu dari jam 06.00 sampai jam 09.00 itu sebenarnya kita hanya membahas ee berita-berita informatif gitu yang apa yang baru saja terjadi di 24 jam kebelakang and then tapi kalau misalnya untuk jam 09.00 sampai jam 10.00 itu kita hanya membahas satu topik saja yaitu kita juga kayak membuka tema gitu ya Yang nanti akan disebar di question box di Instagram kita di @kisifmbogor dan juga di WhatsApp gitu jadi pendengar itu maksudnya kita bisa dapat feedback dari pendengar gitu atau tema yang kita buat di hari itu gitu”.</i>
9.	Bagaimana proses verifikasi fakta atau referensi itu dilakukan? <i>“Oke kalau verifikasi fakta atau referensi Biasanya kalau aku sendiri ya suka recechk lagi gitu ya Misalnya ada suatu suatu Sepatu peristiwa gitu ya terus kayak gitu cek lagi di Google gitu ya and then melihat dari sumber-sumber berita yang terpercaya gitu yang tadi gue bilang yang memang sudah terverifikasi beritanya gitu ya Nah baru ketika sudah apa namanya sudah terverifikasi faktanya Seperti apa baru apa namanya baru kita putuskan kalau itu baru apa maksudnya itu topik yang bisa kita bawaan pada saat siaran”.</i>
10.	Bagaimana proses penyusunan script itu dilakukan apakah dibuat harian atau perminggu? <i>“Kalau skrip sendiri sih dilakukannya perhari karena kalau perminggu kayak eee bisa aja perminggu tapi mungkin perminggu itu hanya membuat skrip yang beritanya yang kita sampaikan itu yang sifatnya timeless, ya</i>

	walaupun kita Bacakan kapanpun itu kayak tidak terpaut waktu gitu Jadi kenapa harus harian karena ya itu sih karena kita lebih apa ya kayak mengutamakan juga berita-berita yang aktual yang terkini gitu”.
11.	Sejauh mana fleksibilitas penyiar untuk mengembangkan script di luar naskah saat siaran berlangsung? “Oke Jadi sebenarnya privillage penyiar di sini juga sangat memiliki otoritas untuk bisa apa ya mengembangkan script di luar naskah gitu ya jadi kita tuh sangat diperbolehkan untuk improvisasi ya tadi ya sesuai dengan karakteristik penyiaranya gitu jadi karena mungkin kalau misalnya sesuai saklek dengan script gitu akan terdengar monoton dan begitu begitu saja dan Kenapa improvisasi juga karena mungkin akan ada spontanitas yang apa ya yang mungkin bisa membuat program itu malah tambah seru gitu Kalau menurut gue”.
12.	Apakah ada format tertentu dalam membuat script agar tidak monoton dan tetap menarik? “Oke kalau bikin scriptnya yang tidak mau nonton biar tetap menarik juga ya tentunya karena kita ya tadi ya tagline musiknya semua hits kita juga audience bahkan dimulai dari dari 18 tahun targetnya jadi eee bisa mungkin kita menggunakan gaya bahasanya yang tidak kaku gitu ya tidak kaku yang nyaman didengar juga gitu ya Dan kalau misalnya format tertentu sih kalau misalnya Bogor in the morning biasanya eee misalnya ada suatu berita ada highlight gitu ada highlight berita gitu ya tapi kita ga langsung in to ke highlight ke berita tersebut kita akan mencari ee bridging diawal gitu ya yang akan membawa kehighlight ke berita tersebut gitu jadi kita ga langsung sebutin jadi kayak bikin penasaran gitu, ini mereka bahas apasih mereka mau arah kemana sih gitu jadi itu sih menurut gue apa namanya tidak menjadi tidak monoton”.
13.	Bagaimana tim melakukan seleksi tema atau isu yang akan dimasukkan ke dalam siaran? “Oke tadi bahas tema juga kalo di bogor in the morning sendiri dari jam 9 sampai jam 10 pagi Kalau untuk seleksinya Biasanya kalau Bogor in the morning sendiri sukanya tentang berita yang aktual yang baru mungkin kita punya toleransinya itu di dua atau tiga hari ke belakang Gitu dan yang kedua adalah seleksinya adalah berita itu menarik gitu jadi menarik untuk dibahas dari sudut pandang yang lain gitu dan itu yang nantinya dijadikan eee mind mapping ya dari satu highlight berita itu biasanya kita akan

	<i>melakukan mind mapping menjadi sub-sub yang apa ya yang bisa dijadikan pilihan untuk menjadi tema gitu ya Dan nanti kita akan pilih yang paling menarik dan bisa dijawab dengan general oleh semua orang gitu”.</i>
14	Apa indikator yang digunakan untuk menonjolkan atau mengecilkan bagian tertentu dari realitas sosial? <i>“Indikator yang digunakan untuk menonjolkan atau mengecilkan bagian tertentu dari realitas sosial Oh oke Berarti indikatornya kayak yang tadi ya kalau misalnya mind mapping itu kan dari highlight yang besarnya gitu kan itu pakai itu sendiri jadi itu lebih mengecilkan bagian dari topik yang sangat besar gitu Jadi kita kalau di Visual dari Highlight berita Biasanya kita akan cari dari ee apa ya dari sudut pandang yang enggak belum tentu dari situ gitu Jadi mengecilkannya di mind mapping tersebut gitu”.</i>
15	Apakah ada proses brainstorming untuk Untuk menyepakati narasi akhir dari konten sebelum dibacakan? <i>“Kalau misalnya brainstorming sebelum dibacakan itu ada banget ya karena kita juga atau gue sendiri juga siarannya tandem dan tentunya dalam siaran tandem itu di Bogor in the morning butuh kekompakan juga ya ini perlu untuk proses brainstorming sebelum dibacakan ya tentunya untuk kekompakan dan Nantinya juga akan berimpact kepada kenyamanan pendengar juga”.</i>
16.	Bagaimana proses penyaringan dan pendalaman informasi dilakukan sebelum siaran? <i>“Nah ini juga ini sebenarnya masuk ke dalam proses brainstorming ya dia untuk proses penyaringan dan pendalaman informasi gitu karena dalam satu hari aja tuh biasanya untuk sumber informasi itu sebenarnya kan banyak banget ya bahkan bisa maksudnya dalam kurun waktu 4 tuh tidak mungkin kita bacakan semua berita yang aktual semuanya gitu ya tapi kalau misalnya proses penyaringan ya Biasanya kita ada berita-berita yang kita hindari gitu seperti mungkin isu politik terus isu yang memanas di antara dua negara atau mungkin yang mengandung Sara lah ya itu juga termasuk ee proses penyaringan sih untuk pendalaman informasi di program bogor in the morning”.</i>
17.	Apakah ada ruang diskusi tim dalam membentuk dalam menentukan Bagaimana suatu isu dikemas sebelum disiarkan?

	<i>“Ada tentunya tentunya apa namanya ruang diskusi Ya itu salah satu juga untuk brainstorming kayak yang tadi ya kalau kita punya beberapa topik siaran dan itu nanti akan dibranstorming di ruangan itu untuk kesepakatan bersama”</i>
18.	Bagaimana tim memadukan unsur informasi dan hiburan dalam satu paket siaran? <i>“Oke kalau unsur informasi dan hiburan dalam satu paket siaran sebenarnya untuk untuk hiburannya sendiri itu sebenarnya terkadang munculnya itu dari spontanitas si penyiar gitu ya entah karena informasi yang kita bacakan itu memunculkan sudut pandang yang lain di pikiran penyiar masing-masing gitu ya jadi apa namanya biasanya dikeluarkannya seperti itu Nah jadi kayak formatnya kalau Bogor ini morning kita brigging kita memberikan informasi nah baru kita eee memberikan sudut pandang dari kita masing-masing gitu nah baru kadang kita sudut pandangnya tuh agak aneh dan menggelitik gitu makanya hiburannya terkadang aku rasa disitu gitu”.</i>
19.	Apakah program memiliki simbol atau gaya khas jargon musik atau suara efek yang membedakannya? <i>“Kalau misalnya bogor in the morning dengan dengan program lainnya tentunya ada ya untuk gaya khasnya Khusus yang hanya bisa diputarkan di Bogor In the morning aja seperti jingle juga ada jingle program terus expose-nya juga terkhusus gitu ya kalau misalnya BITM tadi kayak backsoundnya terus Sfx ya ada efek suara juga yang dipakai juga di Bogor in the morning dan itu hanya dipakai di Bogor in the morning aja dan berbeda dengan program yang lainnya gitu kayak contohnya mungkin afternoon delight yang dia juga ada khusus eh maksudnya yang mencirikan afd gitu ya Jadi kalau misalnya pakai backsound itu pakai lagu yang terakhir diputar gitu jadi dia eee berbicara di atas lampu gitu ya atas lampu yang di repeat lalu”.</i>
20.	Bagaimana musik generasi digunakan untuk membentuk kesan tertentu terhadap konten yang dibawakan? <i>“Oke kalau musik dan narasi untuk kesan tertentu terhadap konten yang dibawakan sebenarnya menurut gue kalau musik atau yang tadi lah dia yang ciri-ciri khas itu ya membuat atau membentuk kesan tertentu itu tuh bisa menambah sebagai pendukung narasi yang kita bacakan sih menurut gue kayak eee mungkin juga membuat kesan siaran dinamis tidak monoton gitu ya kayak mmm karena gua udah pernah merasakan juga siaran enggak</i>

	<i>pakai backsound dan yang lainnya tuh kayak sepi banget gitu ya kayak ini juga akan eee berpengaruh dengan kenyamanan pendengar sih dan lebih terfokus juga kadang Kayak misalnya gua lagi siaran gitu ya terus kayak bawain beritanya yang sedih gitu ya Nah itu juga akan mengikuti dengan Sound Effect yang akan diberikan Terus yang lucu juga mengikuti dengan Sound Effect yang diberikan gitu jadi menambah eh kenyamanan pendengar sih dan lebih menarik lagi”.</i>
21.	Bagaimana menyatukan informasi dan hiburan dalam satu siaran nih secara seimbang? <i>“Oke ini penting juga ya untuk menyatukan informasi dan hiburan karena apa Ya menurut gue juga jangan sampai hiburan itu menghilangkan inti dari informasi yang mau disampaikan gitu jadi informasinya jangan hilang highlight beritanya itu tetap harus ada ya jadi itu yang bikin seimbang sih jadi porsi nya mungkin tidak lebih besar si hiburannya tidak lebih besar juga sih si informasinya gitu jadi Balance gitu berjalannya beriringan”</i>
22.	Apakah pendengar memberikan respon terhadap elemen simbolik yang digunakan seperti slogan atau format tetap? <i>“Kalau memberikan respon seperti format tetap ya kayak kita formatnya musiknya semua hits dan di kisi fm Bogor sendiri format musik itu ada namanya 2,1 yaitu dua mancanegara dan satu Indonesia dan setelah mendengar tahu bagaimana format musik di kisi fmgitu ya dan itu kan format tetap gitu ya tapi pendengar juga memberikan respon dengan Bagaimana dengan kalau misalnya request eee mereka tetap mengikuti dengan format tetap yang sudah kita tetapkan gitu, and then eee seperti kalau tema juga ya tema itu kan kita lempar di question box di Whatsapp juga dan itu mereka juga memberikan respon terhadap format tetap yang sudah kita eee tetap lanjutkan gitu”.</i>
23.	Apakah ada mekanisme evaluasi berkala terhadap isi program? <i>“Oke kalau evaluasi berkala terhadap isi program kita Itu kalau misalnya evaluasi yang di timnya itu juga ada ya itu di dalam waktu 3 bulan sekali jadi untuk evaluasi ya tentu diperlukan dan ada juga”.</i>
24.	Bagaimana hasil evaluasi digunakan untuk pengembangan program kedepannya?

	<i>“Oke tentunya dari evaluasi itu kan juga melibatkan banyak-banyak apa ya banyak banyak tim gitu ya dari program director, music director dari penyiaranya bahkan dari ee dari yang teknisnya juga ya kan itu nanti untuk hasil evaluasinya tentunya akan dijadikan pelajaran dan untuk eee hasil evaluasi yang mungkin membuat ee kualitas kita ada ada impact-nya gitu Ada impact-nya buruk untuk pendengar ya tentunya nanti kita jadikan pelajaran juga dan nanti setelah evaluasi baru kita akan implementasikan ke depannya”.</i>
25.	Apa indikator keberhasilan program menurut manajemen? <i>“Indikator kalau menurut manajemen untuk keberhasilan program tentunya adalah yang pertama sudah pasti dari revenue dari pendapatan radio gitu ya dari pendapatan radio kalo misalnua revenue nya naik itu sudah pasti dianggap keberhasilan program gitu ya and then indikator yang kedua adalah ac nilsen, ac nilsen itu adalah eee dia tuh kayak lembaga survei radio diseluruh indonesia yang eee apa ya dia tuh punya data, data spesifik untuk sebulan misalnya kayak radio radio di indonesia tuh pendengarnya berapa gitu ya jadi kalo misalnya angka ac nilsen nya baik atau bahkan lebih better setiap bulannya itu di 10 besar ya, itu berarti indikator keberhasilan program juga, and then yang ketiga indikatornya adalah feedback dari pendengar gitu ya kita juga selalu evaluasi hasil dari inside inside pendengar yang masuk gitu ya dari menjawab question box dari yang memencet di segmen plin plan juga itu kalau misalnya angkanya meningkat berarti ada indikator keberhasilan program juga, and then yang terakhir adalah indikator keberhasilan adalah masuknya sponsor dan kerja sama yang tentunya ini juga ada relevansinya dengan peningkatan revenue sih jadi gitu indikatornya”.</i>
26.	Siapa saja yang biasanya terlibat dalam rapat evaluasi program? <i>“Oke kalau yang terlibat Tentunya semua crew”.</i>
27.	Apakah dimasukkan dari pendengar yang dijadikan dasar dalam proses evaluasi? <i>“Kalau misalkan dijadikan dasar dalam proses evaluasi Kita pernah pernah ada Jadi mungkin mungkin ada ya karena sudah pernah ada gitu jadi feedback dari pendengar terus kita jadikan dasar untuk proses evaluasi gitu ya Karena untuk dari pendengar sendiri Kita sepanjang gue di sini juga sudah mendengar Maksudnya sudah melihat banyak feedback yang diberikan sama pendengar dari teknis maupun non teknis gitu ya dan ini</i>

	adalah eee apa ya kayak Eem menurut gue kayak keberuntungan kita juga karena mungkin saking loyalitasnya mereka gitu ya eee mereka ngasih feedback yang pengen jadi ee lebih baik gitu dan ini eee Kenapa jadi bahan evaluasi begitu”.
28.	Selanjutnya Bagaimana mekanisme evaluasi dilakukan setelah siaran berlangsung? “Oke kalau mekanisme evaluasi dilakukan setelah siaran berlangsung berarti ini kalau misalnya dalam konteks baru banget siaran selesai gitu ya untuk evaluasinya biasanya kalau misalnya siarannya baru selesai gitu ya karena kita juga sistemnya kita brainstorming Jadi kalau misalnya kalau misalnya di siaran tuh Biasanya ada apa namanya kayak tanya-tanya juga ke program director Kayak tanya juga ke feedback dari program director dari station Manager terlebih kalau misalnya eee indikatornya adalah si penyiaranya itu merasa tidak nyaman gitu dengan eh siaran yang sudah dilakukan tadi selama 4 jam gitu jadi untuk mekanisme evaluasi harian pun juga ada gitu ada tetap ada gitu ya karena eee Ini juga penting untuk keberlanjutan dan eee kemenarikan gitu ya terus juga chemistry-nya juga gitu bagaimana mekanismenya Biasanya eee misal dengar dari logger siaran gitu ya karena di tadi juga pasti ada Logger siaran gitu Jadi bisa mendengar nama rekaman yang sebelumnya gitu ya dan mekanismenya yang lain juga kalau gue itu menurut gue kayak misalnya kalau dari feedback seperti di question Box atau di Water tuh kayak sudah mulai menurun Nah itu biasanya langsung ada evaluasi setelah penyiaran”.
29.	Apakah ada faktor penghambat dalam produksi siaran? Jika ada coba dijelaskan? “Jujur aja ya, kendala internal di "Bogor in The Morning" tuh lumayan banyak. Pertama, kalo salah satu penyiar sakit, otomatis yang siaran cuma satu orang. Nah, ini tuh kerasa banget bedanya, soalnya program kita emang diprogramin buat tandem. Jadi kalo sendirian, rasanya tuh kayak kurang balance, suasananya juga beda. Terus soal SDM, sebenarnya kita tuh butuh banget yang namanya script writer sama produser. Karena di sini kita tuh bener-bener all do it by myself, hehe. Kita yang cari berita, kita juga yang nyusun nanti akan disiarkan kayak gimana. Jadi ya, kalo ada tambahan SDM tuh pasti bakal lebih kebantu buat manage waktu dan kerjanya lebih rapi aja gitu. Belum lagi masalah tools. Sering banget tuh ngalamin error. Misalnya PC error, mixer error, mic-nya ngadat, pemancar juga kadang bermasalah, atau internet yang gangguan. Nah, kalo udah begitu, siaran pasti keganggu. Apalagi kalo pas jam tayang, ya lumayan bikin panik juga sih. Terus dari sisi dana, itu juga jadi tantangan. Karena kalo dana bukan jadi penghalang, pasti kita bisa bikin segmen yang lebih variatif, dan

	<i>programnya bisa terasa lebih fresh dan dinamis gitu. Kalau dari eksternal, cuaca juga bisa jadi gangguan. Misalnya kalo lagi ada petir, pemancar harus dimatiin. Soalnya kalo enggak, ada risiko kesamber petir, dan itu bahaya banget. Bisa ngaruh ke seluruh produksi radio dan pastinya bisa bikin kerugian yang nggak diinginkan. Terus sekarang juga persaingan antar media makin ketat. Pendengar tuh udah disuguhin banyak pilihan, kayak radio streaming, podcast, dan lain-lain. Orang-orang sekarang lebih suka yang on-demand, yang bisa diputer kapan aja mereka mau. Nah, itu juga yang bikin durasi dengerin program pagi kayak kita makin pendek atau bahkan berkurang. Jadi ya emang harus kerja ekstra keras buat tetep relevan dan menarik buat pendengar”.</i>
30.	Apa harapan kedepannya Bagaimana bagi pengembangan program ini agar tetap relevan dan dinikmati oleh pendengar di tengah perkembangan media digital? <i>“Perkembangan media digital tentunya memang tidak dipungkir ya kalau dari konvensional sudah semakin Tertinggal makanya gue tuh harapannya juga Bogor in the morning juga bisa berjalan selaras dengan digitalisasi yang ada gitu jadi walaupun Sebenarnya sekarang udah bisa streaming sudah bisa apa namanya mmm Iya tadi sudah ada aplikasi juga gitu ya tapi dengan harapan eh semoga pendengar itu lebih eee aware dan relase gitu kalau sebenarnya siaran radio itu tidak bisa digantikan seperti di podcast gitu karena ada elemen-elemen surprise yang tidak di apa ya tidak ada di yang lain gitu ya bahkan kalau misalnya orang bicaranya kalau dengar lagu sekarang sudah bisa di aplikasi aja gitu kan Tapi kan yang Element surprise itu hanya ada di radio gitu jadi gue harap juga bisa berjalan dari dengan digitalisasi sekarang sih”.</i>

Lampiran 4 Panduan wawancara Informan 3

Nama : Deira Yunitika Puradiredja
 Jabatan : Penyiar
 Tempat : Radio KISI 93.4 FM BOGOR
 Waktu : 05 Mei 2025

No.	Hasil Wawancara
1.	Di awal di pertanyaan Terima kasih sudah meluangkan waktu sebagai pembuka Bolehkah saya bertanya untuk kakak untuk memperkenalkan diri serta menceritakan sedikit tentang peran dan tanggung jawab anda di radio Kisi Fm Bogor? <i>“Halo sebelumnya perkenalkan gue Deira puradireja salah satu penyiar part time di radio Kisi Fm Bogor khususnya untuk program afternoon delight dan statusnya partime di sini”.</i>
2.	Sudah berapa lama pak dhani bekerja di radio kisi fm? <i>“Jalan hampir 4 tahun ya”.</i>
3.	Kenapa Dinamakan Bogor in the morning pada program ini lalu apa target audiens yang ingin dicapai? <i>“Sebenarnya nama Bogor In The Morning itu udah ditetapin dari atasan, ya, kayak program director dan station manager. Tapi menurut gue, program ini tuh lebih dari sekadar nama. Tujuannya tuh buat nemenin orang di pagi hari, karena gue percaya banget kalau mood di pagi hari itu ngaruh ke satu hari penuh. Jadi lewat program ini, kita coba kasih suasana yang enak—bukan cuma info, tapi juga hiburan, musik, candaan—biar pendengar tuh bisa mulai harinya dengan energi positif. Formatnya pun kita bikin ringan, kayak variety show, biar gak ngebosenin. Jadi, ini bukan cuma program radio, tapi kayak teman pagi yang nyemangatin dari awal hari”.</i>
4.	Bagaimana anda menentukan siapa yang menjadi sumber-sumber informasi dalam program ini? <i>“Nah karena afternoon delight itu kan Salah satu program di radio Kisi Fm Bogor yang sebenarnya nyampein informasi tapi dikemas Gimana caranya nggak terlalu kaku supaya nggak kayak radio berita jadi masih ada hiburannya nah Untuk menentukan siapa yang menjadi sumber informasi sebenarnya ini penyiarnya jadi penyiar yang menentukan kira-kira informasi mana yang sekiranya cocok untuk dibawaikan di program afternoon delight menyesuaikan segmen menyesuaikan pendengar</i>

	menyesuaikan jamnya karena kita kan Siaran di jam 3 sampai jam 7 malam yang mana itu adalah jam-jam orang lagi jalan pulang dari sekolah dari kampus dari kantor yang mana Berarti kalau terlalu berat orang bosan kan jadi lebih keringan materinya dan tentunya untuk menjadi sumber informasi di sini juga dibantu sama anak magang yang memang kebetulan magang di kisi fm Bogor gitu”.
5.	Bagaimana strategi anda dalam menyusun pesan agar sesuai dengan karakter program dan target audiens? “Yang pertama kita cari materi atau cari beritanya dulu dari sosial media dari kejadian yang kita lihat langsung waktu di jalan dari pengalaman pribadi kita terus gimana caranya kita kemas sesuai dengan karakter program dan juga target audience yang tadi udah gue bilang adalah beritanya enggak terlalu berat lebih menginformasikan tentang bisa jalanan bisa traffic eh apa namanya lalu lintas terus juga materi-materi yang sekiranya bisa longlast terus berita-berita ringan Pokoknya hiburan-hiburan terus target audience kan di sini 18 sampai 40 tahun gitu””.
6.	Komunikasi apa saja yang digunakan selain siaran radio Untuk menjangkau pendengar? “Ada streaming itu di www.kisifm.com terus ada aplikasinya Dari Kisi Fm Bogor di Play Store dan bisa juga sebenarnya dari Instagram Karena tiap penyiar siaran itu selalu di posting di Instagram yang sebenarnya Tujuannya adalah untuk mencari pendengar lebih banyak lagi”.
7.	Kemudian Bagaimana karakteristik pendengar dipetakan dan dipahami oleh tim produksi? “Sebenarnya kalau radio kisi fm in general ya, ini tuh kita memang dari sebelum jadi penyiar di sini tuh udah di injoin sama Manager kita sama station Manager kalau karakteristik pendengar kita adalah dari usia 18 sampai kurang lebih 40 tahun jadi yang tadi itu balik lagi intinya semua informasi hari sampein harus sesuai dengan karakter segitu Nggak mungkin kan kita di 18-40 tahun tapi ngomongin tentang yang Manula Manula gitu ya mungkin bisa sih untuk kayak Nanti ke depannya sekiranya mau tinggal di panti jompo gitu gitu”.
8.	Darimana biasanya tim mendapatkan ide atau TOPIK untuk siaran?

	<i>“Yang tadi gue bilang bisa dari pengalaman pribadi bisa dari apa yang kita lihat langsung di jalan kalau gue sebenarnya lebih Yang dilihat langsung di jalan kadang kita tuh ngelihat nih kita lagi perjalanan menuju radio terus melihat pengendara rese terus Kayaknya seru deh bahas tipe-tipe pengendara yang nyebelin, Tapi kalau lagi buntu banget itu paling gampang cari di sosial media itu banyak banget akun-akun sosial media yang memang mereka khusus memang untuk menyampaikan informasi kita bisa lihat langsung seperti USS feeds, terus ada creativefox, ada banyak lah ya Ada detik com, Selain itu kadang kalau misalkan beritanya sekiranya lagi kurang masuk nih sama segmentasi kita kalau gue biasanya nyari berita yang longlast di Google misalkan contohnya adalah film horor yang paling laris sepanjang masa Kenapa nama-nama negara di dunia selalu berakhiran dengan kata lain atau sia kayak gitu itu kan informasi-informasi Yang kayaknya enggak semua orang tahu dan kayaknya menarik untuk Dibahas”.</i>
9.	Bagaimana proses verifikasi fakta atau referensi itu dilakukan? <i>“Kita search dari beberapa sumber cek juga di Google terus harus media pers yang resmi karena kan Banyak sosial sosial media yang isi beritanya hoax, yang asal copas yang kita nggak tahu asal beritanya dari mana Jadi kalau memang bisa yang terpercaya sudah terverifikasi, contohnya dari detikcom, ussfeeds, yang tadi gue bilang jadi nggak semua akun-akun di sosial media itu bisa kita percayai atau kita bahas karena kan kita punya pakai informasi jadi jangan sampai informasi yang kita sampaikan itu informasi bodong”.</i>
10.	Bagaimana proses penyusunan script itu dilakukan apakah dibuat harian atau perminggu? <i>“Kalau di kisi kita per hari bahkan bisa di waktu itu juga, namanya penyiar ya kan kita harus bisa apa ya dalam waktu beberapa detik tapi bisa nyampein informasi yang ada isinya juga isinya daging jadi memang itu dibutuhkan kayak sering baca Sering nonton Sering Scroll Scroll media sosial itu itu tuh menambah wawasan kita untuk bisa nyusun script ini, jadi nggak yang terlalu kaku yang harus dibuat scriptnya setiap hari untuk kira-kira nanti segmen 1 bahas ini, segmen 2 bahas ini, segmen tiga bahas ini enggak. jadi lebih ke santai aja dan jadi kita tahu informasi apa sekiranya bakal disampein”.</i>
11.	Sejauh mana fleksibilitas penyiar untuk mengembangkan script di luar naskah saat siaran berlangsung?

	<i>“Jadi kita baca dulu materi yang mau disampaikan terus brainstorming jadi afd ini atau afternoon delight kan ada dua penyiar kita saling brainstorming kira-kira materi ini cocok nggak ya untuk dibahas kalau kita berdua udah setuju Terus menurut anak magang juga oke kita bahas terus kita yang pasti adalah improvisasi. Gimana caranya dari satu materi itu kita cari terus kita cari celahnya untuk bisa kita kembangkan Terus cari Gimana caranya dari materi itu bisa diimplementasikan ke cerita atau pengalaman hidup kita masing-masing supaya lebih relate sama pendengar”.</i>
12.	Apakah ada format tertentu dalam membuat script agar tidak monoton dan tetap menarik? <i>“Yang pasti kalau kita lihat dari sumbernya akun media sosial media pers resmi itu biasanya kaku dan formal jadi yang paling penting adalah Gunain gaya bahasa kita sendiri nggak kaku sangat fleksibel dan ini yang paling penting menurut gue harus buat bridging di awal jadi kalo mau nyampein materi diawal ada bridging nya dulu, Dulu karena kan kaget ya mendengar Kalau tiba-tiba bahas apa gitu Jadi kita harus ada bridgingnya dulu dan setelah materi disampaikan kita juga ada closingnya tuh yang smooth gitu”.</i>
13.	Bagaimana tim melakukan seleksi tema atau isu yang akan dimasukkan ke dalam siaran? <i>“Sebenarnya kalau program afternoon delight ini lebih gampang ya karena kita tiap harinya itu punya segmen yang mana Hari Senin kita ada segmen semaulu itu adalah Senin mau ngehalu jadi kita cari tema-tema terus materi-materi siaran yang isinya adalah tentang menghalu karena kan manusia ini senang banget ngehalu ya hari Senin tuh pas banget rasanya buat ngehalu kayak kita lagi males banget kembali lagi ke aktivitas di hari Senin setelah Sabtu Minggu libur jadi Senin itu waktunya untuk menghalu ,contohnya misalkan kalau lo tiba-tiba nemuin uang 1m di jalan barang apa yang pertama kali bakal lu beli, kayak gini itu kan seru banget rasanya enggak terlalu dari Senin Nah kalau hari Selasa ini temanya general kita bahas apapun pokoknya di hari Rabu itu ada singkatannya Rabu rame-rame bikin ulah jadi kita bahas tentang semua ulah manusia yang ada di muka bumi, di hari Kamis kita ada tersohor tragedi sore horor jadi kita bahas segala sesuatu yang horor, horor di sini enggak melulu soal hantu bisa juga tentang tagihan tentang pasangan yang Toxic tentang lingkungan kerja Toxic Itu juga salah satu hal yang horor terus di hari Jumatnya kita punya segmen Friday of love yang mana itu ngomongin tentang love Life percintaan perselingkuhan dan segala macamnya gitu Jadi dari situ eee lebih bisa eee diseleksi kira-kira misalkan ada tema yang seru ini cocok di bahas di hari</i>

	apa gitu terus isu yang dimasukkan nah ini nanti mendukung nih jadi misalkan lagi hari Rabu rame-rame bikin ulah gimana ceritanya Scroll terus media sosial sampai kita nemuin berita yang ini cocok mungkin ini tentang tentang ulah nih misalkan ada tadi gua baru baca ada seorang remaja 10 tahun bakar 11 rumah warga cuma gara-gara dia terinspirasi dari film Nah itu tuh kan bisa mendukung tema kita di hari itu dan seru untuk ngebahas tapi dengan gaya bahasa penyiar afd tentunya”.
14	Apa indikator yang digunakan untuk menonjolkan atau mengecilkan bagian tertentu dari realitas sosial? “Bicara soal realitas sosial sebenarnya Bisa sangat luas dan kompleks juga nah untuk menonjolkan atau mengecilkan bagian tertentu dari realitas sosial Biasanya kita ini menggunakan indikator sosial nah ini tuh bisa berupa data narasi atau bahkan simbol-simbol tertentu. misalkan Media bisa memilih untuk lebih sering memberitakan kasus kejahatan dibanding keberhasilan warga, jadi nantinya ini tuh bisa membuat kesan pendengar di luar sana tuh makin ngerasa tidak aman padahal belum tentu juga begitu secara keseluruhan. Jadi ada indikator yang dipilih siapa yang dikasih panggung bicara atau dari sudut pandang mana sebuah peristiwa ini diceritakan supaya itu semua bisa sangat mempengaruhi bagaimana kita melihat realitasnya jadi dengan kata lain realitas sosial ini nggak cuma soal fakta tapi juga soal Siapa yang menyampaikan dan Gimana cara menyampaikannya dan di dunia radio kisi ini kita ini menghindari hal-hal yang menyinggung pemerintahan, isu soal sara, isu-isu sensitif tentang negara sendiri. karena bisa mengirim opini publik yang apabila dari pihak radio kisi atau penyiar salah ucap itu bisa membuat masalah terhadap pendengar yang tidak menyaring informasi tersebut atau salah tangkap, misalkan dia tiba-tiba baru dengerin frekuensi kisi pas kita lagi ngomong di tengah kalimat dibanding nantinya ada miss komunikasi jadi lebih baik kita menghindari itu gitu”.
15	Apakah ada proses brainstorming untuk Untuk menyepakati narasi akhir dari konten sebelum dibacakan? “Nah bisa ada Bisa tidak kalau AFTD sebenarnya seringnya tidak gitu jadi walaupun ada itu sebenarnya untuk kekompakan aja dan juga kenyamanan mendengarkan jadi khawatirnya misalkan jadi khawatirnya misalkan gue tiba-tiba bahas Materi apa terus partner gue nggak tahu nanti dia kaget dia bingung harus nimpalin apa gitu memang baiknya itu ada tapi sering juga tidak begitu”.

16.	Bagaimana proses penyaringan dan pendalaman informasi dilakukan sebelum siaran? <i>“Yang tadi gue bilang karena program kita tuh punya beberapa segmen jadi proses penyaringannya sesuai dengan segmentasi apa namanya tema di hari itu, Misalkan tentang menghalu, tentang percintaan terus pendalaman informasi Bisa dari Google bisa dari pengalaman sendiri apalagi soal cinta pasti banyak banget tuh atau bisa juga dari media sosial”.</i>
17.	Apakah ada ruang diskusi tim dalam membentuk dalam menentukan Bagaimana suatu isu dikemas sebelum disiarkan? <i>“Jadi kadang kita minta beberapa materi dari anak magang Nah nanti kita di situ diskusi sama penyiarnya langsung sama anak magang Nanti kita diskusi kira-kira pembahasan mana sih yang paling oke untuk kita bawaan ke on air bahkan kita kadang suka minta data pendukung dari apa ya lebih memperkuat statement yang mau kita ee dibawain misalkan kita lagi bahas tentang musik horor Nanti biasanya penyiar akan bilang anak tangga Tolong cariin contoh-contoh lagu ataupun musik yang ada unsur horornya plus itu dari beberapa referensi gitu”.</i>
18.	Bagaimana tim memadukan unsur informasi dan hiburan dalam satu paket siaran? <i>“Gimana ya kalau itu lebih keskilll jadi kita harus tahu dulu Informasi apa yang mau disampaikan terus sekiranya punchline mana yang masih nyambung sama informasi itu untuk misalkan ada beberapa materi yang terlalu Kaku kita harus nyari celahnya di mana untuk bisa kita kasih punchline supaya bikin minimal enggak terlalu kaku kalau misalkan pendengar itu enggak sampai ketawa gitu loh begitu Jadi informasi ini harus kita lihat dari sudut pandang lucunya dulu”.</i>
19.	Apakah program memiliki simbol atau gaya khas jargon musik atau suara efek yang membedakannya? <i>“Ada, jadi kalo di kita biasanya Di program Bogor in the morning Itu pakai backsoundnya mereka sendiri mereka punya backsound yang selalu dipakai gitu dan juga pakai sound effect juga kalau di afternoon delight di setiap siarannya kita pakai backsound lagu Yang Terakhir kali diputar gitu gunanya adalah supaya enggak terlalu garing terus biar meminimalisir seandainya ada dead air”.</i>

20.	Bagaimana musik generasi digunakan untuk membentuk kesan tertentu terhadap konten yang dibawakan? <i>“Yang pertama sebagai pendukung narasi yang tadi gue bilang jaga-jaga khawatir ada DPR karena penyiar juga manusia, manusia tidak luput dari kesalahan Adakalanya kita agak ngelag-ngelag dikit, jadi itu untuk mendukung narasi yang akan disampaikan oleh penyiar terus juga sebagai kenyamanan pendengar karena kita itu pernah cobain siaran tanpa backsound terus coba dengerin sendiri ternyata nggak seru ya maksudnya kayak garing gitu loh jadi untuk menambah kenyamanan pendengar kita tambahkan lagu itu terus yang terakhir untuk supaya pesan siaran itu lebih dinamis”.</i>
21.	Bagaimana menyatukan informasi dan hiburan dalam satu siaran nih secara seimbang? <i>“Jadi memang harus ada informasi ada hiburannya juga tapi jangan sampai informasinya itu hilang jadi jangan sampai 90% lebih ke hiburan informasi cuma 10% gitu Jadi kalau bisa balance dan highlight si berita yang disampein atau informasi yang disampein itu harus tetap ada itu jadi hiburan sih tetap liburan tapi jangan sampai menghilangkan inti dari obrolan yang mau di sampein”</i>
22.	Apakah pendengar memberikan respon terhadap elemen simbolik yang digunakan seperti slogan atau format tetap? <i>“Iya karena kita kan setiap program itu selalu lempar tema yang mana temanya itu setiap hari bisa Di bisa dijawab sama pendengar dan nanti kita akan siarkan bahkan kalau misalkan ada beberapa pendengar yang udah kita siarkan dia ngechat lagi salah satu respon juga kan jadi kita manjang gitu loh dia balesnya via chat dan kita bahasnya via on air karena pendengar itu stay-tune terus”.</i>
23.	Apakah ada mekanisme evaluasi berkala terhadap isi program? <i>“Di Radio kisi itu ada karena kita tiap 3 bulan sekali itu ada meeting internal yang isinya adalah penyiar dan semua crew”.</i>
24.	Bagaimana hasil evaluasi digunakan untuk pengembangan program kedepannya? <i>“Jadi kita evaluasi kita meeting kira-kira kendala apa aja selama ini nanti dari hasil evaluasi itu dijadiin pelajaran terus kita Cari solusinya kita cari</i>

	<i>celahnya Gimana caranya supaya nggak gitu lagi atau bahkan kalau memang udah oke Gimana cara kita improve lagi dan kalau memang kurang Oke kita cari solusi lain dan nantinya diimplementasikan di program eh siaran ke depannya”.</i>
25.	Apa indikator keberhasilan program menurut manajemen? <i>“Ada banyak jadi dihitung dari jumlah pendengar dan jumlah pendengar itu bisa dilihat kita punya kayak aplikasinya gitu yang pertama kalau dengar dari streaming atau apa aplikasi itu ada. ada aplikasinya cuman gua lupa namanya apa terus ada khusus untuk pendengarnya juga namanya ac nelsen. Nah ac nilsen ini tuh kita bisa tahu berapa jumlah pendengar setiap radio yang ada di Indonesia jadi enggak cuma radio kisi aja dan dari aplikasi ac nilsen itu kita bisa tahu kisi itu ada di urutan nomor berapa dari jumlah pendengar terbanyak radio di Indonesia masih ada lagi ada juga revenue jadi eee ada beberapa eee klien yang dia tuh pengen misalkan nih contoh ya misalkan Hemaviton Dia pengen bayar eee di program AFTD jadi nanti setiap siaran kita akan bilang balik lagi di afternoon delight bersama Hemaviton barengan Sama deira dan Revan gitu itu terus ada juga feedback yang angkanya meningkat, feedback ini bisa dilihat juga dari eee pendengar yang balas Whatsapp kita pendengar yang isi question box terus yang terakhir ini yang paling penting sponsor dan juga kerjasama”.</i>
26.	Siapa saja yang biasanya terlibat dalam rapat evaluasi program? <i>“Semua crew mulai dari program director, music director, dan penyiar”.</i>
27.	Apakah dimasukkan dari pendengar yang dijadikan dasar dalam proses evaluasi? <i>“Ada jadi misalkan ada pendengar yang komplain via WhatsApp Aduh kayaknya siarannya agak kresék-kresék deh nah dari situ nanti kita bahas di evaluasi entah by online by online itu bisa di WhatsApp kita ada WhatsApp khusus untuk infokan tentang Radio. ini berarti kan masalahnya secara teknis ya atau sekiranya Aduh ini kayaknya penyiar terlalu frontal deh nanti itu kita akan bahas ke eh apa namanya keevaluasi terus nanti Oh berarti kita terlalu frontal misalkan gimana nantinya baru diimplementasikan ke eh siaran berikutnya supaya enggak gitu lagi”.</i>
28.	Selanjutnya Bagaimana mekanisme evaluasi dilakukan setelah siaran berlangsung?

	<i>“evaluasi di sini kan bersifatnya Brainstorming, jadi semuanya berhak ngasih pendapat ngasih saran Jadi ya tiap ada personil yang nanya kita harus kasih feedback dan musyawarah Sebaiknya kayak gimana gitu atau dengar dari logger siaran misalkan nih ada pendengaran tadi gue bilang dia bilang kresek-kresek Nah kita tuh ada yang namanya logger siaran dari logger siaran itu adalah bukti rekaman siaran kalau kita dengar Oh ternyata kayaknya memang dari apa namanya device si pendengar itu aja atau enggak dari question box Apakah banyak yang ngisi atau misalkan sedikit gitu Itu juga jadi bahan evaluasi juga”.</i>
29.	Apakah ada faktor penghambat dalam produksi siaran? Jika ada coba dijelaskan? <i>“Faktor penghambat produksi siaran ada dua ada internal dan juga eksternal kalau internal itu berarti ada di dalam radio yang pertama misalkan ada masalah sama komputer streaming atau komputer produksi Terus misalkan pemancarnya lagi down juga bisa terus faktor internal lagi Gue nggak tahu sih kalau penyiar lagi nggak fit itu jatuhnya internal atau eksternal kayaknya itu lebih ke internal ya terus kalo eksternal misalkan kita eee lempar tema nih karena semua menyiarkan selalu lempar tema untuk dijawab sama pendengar dia Whatsapp dan juga via question box kalau enggak ada yang isi tapi enggak pernah sih sebenarnya sampai hari ini karena itu tuh menghambat proses siaran juga terus untuk faktor eksternalnya misalkan suara penyiarnya habis itu kan faktor penentu juga penghambat produksi siaran radio Terus misalkan ada petir petir itu menurut gue yang kenal ya Jadi kalau petir tuh otomatis pemancar harus dimatiin dan nanti radio juga begitu”.</i>
30.	Apa harapan kedepannya Bagaimana bagi pengembangan program ini agar tetap relevan dan dinikmati oleh pendengar di tengah perkembangan media digital? <i>“Perkembangan media digital tentunya memang tidak dipungkir ya kalau dari konvensional sudah semakin Tertinggal makanya gue tuh harapannya juga Bogor in the morning juga bisa berjalan selaras dengan digitalisasi yang ada gitu jadi walaupun Sebenarnya sekarang udah bisa streaming sudah bisa apa namanya mmm Iya tadi sudah ada aplikasi juga gitu ya tapi dengan harapan eh semoga pendengar itu lebih eee aware dan relase gitu kalau sebenarnya siaran radio itu tidak bisa digantikan seperti di podcast gitu karena ada elemen-elemen surprise yang tidak di apa ya tidak ada di yang lain gitu ya bahkan kalau misalnya orang bicaranya kalau dengar lagu sekarang sudah bisa di aplikasi aja gitu kan Tapi kan yang Element surprise</i>

	<i>itu hanya ada di radio gitu jadi gue harap juga bisa berjalan dari dengan digitalisasi sekarang sih”.</i>
--	--

Lampiran 5 Panduan wawancara Informan Triangulasi

Nama : Yayat Dyatna
 Jabatan : Program Director
 Tempat : Radio Elpas 94,1 FM
 Waktu : 07 Mei 2025

No.	Hasil Wawancara
1.	Di awal di pertanyaan Terima kasih sudah meluangkan waktu sebagai pembuka Bolehkah saya bertanya untuk kakak untuk memperkenalkan diri serta menceritakan sedikit tentang peran dan tanggung jawab anda di radio elpas fm Bogor? <i>“Ya selamat siang Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh saya Yayat di radio ElpasFM ini sebagai marketing yang perannya di sini saya lebih ke pengurus ke iklan produksi iklan script iklan itu bagian saya”.</i>
2.	Sudah berapa lama pak dhani bekerja di radio elpas fm? <i>“15 tahun”.</i>
3.	Di Elpas FM itu ada program apa aja terutama di pagi hari? <i>“Di pagi hari itu mulai dari jam 05.30 itu sampai jam 06.00 ada Mutiara hati itu tausiah dari jam 06.00 sampai jam 09.00 itu ada Pas Pagi itu lagu-lagu dangdut terbaru info-info tentang Bogor, traffic lalu lintas sekitar Bogor aja. Dari jam 09.00 sampai jam 12.00 itu ada acara Asoy Geboy itu lagu dangdut kontennya itu ada kirim-kirim salam terus karaoke juga 9 sampai jam 12.00 ini lebih ke sebenarnya lebih ke interaksi dengan pendengar jadi kayak request lagu dan karaoke an”.</i>
4.	Bagaimana anda menentukan siapa yang menjadi sumber-sumber informasi dalam program ini? <i>“Kalau sumber informasi kita sebenarnya lebih banyak berasal dari media sosial dan internet. Jadi, penyiar biasanya mencari referensi dari berbagai platform digital, baik itu dari portal berita, akun media sosial yang kredibel, maupun tren yang sedang ramai dibicarakan masyarakat. Itu jadi modal awal dalam menyusun materi siaran, terutama jika tidak ada narasumber langsung dalam program tersebut. Tapi, kalau kita sedang menayangkan segmen Talk Show, sumber informasinya biasanya datang langsung dari narasumber yang memang sudah bekerja sama dengan kita. Mereka bisa berasal dari berbagai latar belakang, seperti klien kami dari instansi pemerintahanmisalnya dari dinas-dinas di Kota Bogor-kemudian tokoh-</i>

	tokoh lokal, pengusaha, atau pelaku UMKM yang aktif di wilayah Bogor. Informasi yang disampaikan narasumber ini biasanya lebih spesifik dan aktual, karena langsung berkaitan dengan kegiatan atau isu yang sedang berlangsung di tingkat lokal. Nah, dari situ penyiar biasanya akan mengembangkan lagi materinya, mencari tambahan data pembandingan dari internet, lalu mengolahnya agar sesuai dengan gaya penyampaian di radio kita. Jadi, sebenarnya sumber informasi itu bisa dua arah: dari internet secara umum dan dari kerja sama atau relasi institusional yang kita bangun untuk segmen tertentu. Penyiar juga dituntut untuk aktif mengkurasi informasi mana yang layak tayang, agar sesuai dengan identitas program dan karakter pendengar kita”.
5.	Bagaimana strategi anda dalam menyusun pesan agar sesuai dengan karakter program dan target audiens? “Kalau itu sih tergantung penyiar kita, karena di kita itu memang nggak ada orang khusus atau tim khusus yang tugasnya menentukan siapa narasumbernya, atau menentukan apa yang harus diinformasikan. Materinya itu seperti apa, semua diserahkan ke penyiarnya langsung. Jadi masing-masing penyiar punya kebebasan untuk mengatur sendiri topik siaran mereka. Mereka yang cari informasi sendiri, bisa dari internet, media sosial, berita-berita terkini, atau juga dari pengalaman pribadi. Tapi tentu saja tetap disesuaikan dengan karakter program dan segmen pendengar yang dituju. Jadi walaupun bebas, tetap ada tanggung jawab untuk memastikan informasi yang disampaikan itu relevan, menarik, dan sesuai dengan gaya siarannya masing-masing”.
6.	Komunikasi apa saja yang digunakan selain siaran radio Untuk menjangkau pendengar? “Kita siaran live nggak cuma di radio aja, tapi juga di beberapa platform digital. Kita live di TikTok, Instagram, Facebook, sama website streaming kita sendiri yaitu di www.elpasfm.com. Jadi pendengar bisa milih mau dengerin dari mana, tergantung kenyamanan mereka. Biasanya sih kalau yang suka visual, mereka nonton di TikTok atau Instagram Live karena bisa lihat langsung ekspresi penyiar dan suasana di studio. Sedangkan yang butuh audio aja bisa lewat website streaming atau aplikasi radio online. Dengan cara ini, jangkauan kita jadi lebih luas, nggak cuma di area siaran frekuensi, tapi juga bisa dinikmati sama orang di luar kota, bahkan luar negeri yang pengen tetap ngikutin program-program dari Elpas FM. Platform-platform ini juga dipakai buat interaksi, jadi pendengar bisa langsung kirim komentar atau request lagu secara real-time”.

7.	Kemudian Bagaimana karakteristik pendengar dipetakan dan dipahami oleh tim produksi? <i>“Dari lagu, dari pilihan lagu yang diputar, kita bisa tahu selera pendengar itu kayak gimana. Terutama dari pendengar yang aktif, misalnya yang sering telepon atau request langsung ke studio, dari situ kita jadi tahu mereka sukanya apa dan maunya seperti apa. Selain itu, kita juga pantau dari komentar-komentar yang masuk di media sosial—baik itu di Instagram, TikTok, atau Facebook. Biasanya mereka kasih feedback, ada yang kasih saran lagu, ada juga yang ngasih respons soal topik yang dibahas. Nah, dari situ semua kita kumpulkan untuk jadi bahan evaluasi atau referensi, jadi bukan cuma tebak-tebakan aja. Pendengar itu jadi semacam indikator tren juga buat kita, karena selera mereka bisa berubah-ubah tergantung momen atau situasi. Jadi penyiar juga harus peka dan ngikutin, biar programnya tetap relevan dan disukai.”</i>
8.	Darimana biasanya tim mendapatkan ide atau TOPIK untuk siaran? <i>“Dari internet, terutama dari platform-platform yang ada di media sosial. Kita biasanya lihat dulu tren apa yang lagi rame, entah itu dari Instagram, TikTok, X (Twitter), atau juga dari akun-akun media digital seperti USS Feed, Froyonion, atau Narasi. Dari situ kita bisa lihat topik-topik yang sedang dibicarakan masyarakat, dan itu bisa kita sesuaikan dengan karakter program kita. Selain itu, kita juga kadang cari ide dari komentar atau request pendengar sebelumnya—misalnya mereka pernah bahas pengen tahu soal isu tertentu, ya itu bisa jadi bahan juga. Kalau siarannya bersifat informatif, kita cari yang aktual dan relate sama kehidupan sehari-hari, tapi kalau programnya hiburan, biasanya kita ambil topik yang ringan tapi tetap engaging. Jadi proses cari idenya fleksibel, tapi tetap kita filter biar sesuai sama audiens”</i>
9.	Bagaimana proses verifikasi fakta atau referensi itu dilakukan? <i>“Proses verifikasi fakta atau referensi itu memang penting banget. Jadi, kita cari sumber-sumber yang memang valid dan terpercaya. Misalnya kalau informasinya dari instansi resmi seperti Dinas Kesehatan, biasanya kita anggap sudah cukup valid karena mereka sumber resmi. Tapi kalau sumbernya dari media lain atau informasi yang belum jelas, kita harus cek dulu kebenarannya. Kadang kita cross-check ke beberapa sumber atau cari data pendukung supaya nggak salah informasi. Kalau setelah dicek ternyata informasinya meragukan atau nggak bisa dipertanggungjawabkan, ya langsung kita coret dari materi siaran. Jadi kita benar-benar selektif untuk</i>

	<i>menjaga kredibilitas program dan memberikan informasi yang akurat kepada pendengar”.</i>
10.	Bagaimana proses penyusunan script itu dilakukan apakah dibuat harian atau perminggu? <i>“Untuk proses penyusunan skrip, sebenarnya kita tidak terlalu mengandalkan skrip yang kaku untuk seluruh siaran. Lebih banyak mengandalkan kreativitas penyiar masing-masing saat siaran berlangsung. Namun, untuk bagian tertentu seperti iklan, kita memang menyiapkan skrip secara harian. Iklan ini biasanya berupa spot dan ad-libs yang memang wajib dibacakan. Skrip iklan itu dibuat berdasarkan permintaan dari klien, atau kadang juga dari tim produksi sendiri yang menyiapkan draf awal, kemudian dikirim ke klien untuk dicek apakah sudah sesuai atau belum. Setelah ada persetujuan, baru skrip tersebut disiapkan dan diberikan kepada penyiar. Jadi, walaupun untuk konten utama siaran agak fleksibel dan spontan, bagian iklan dan beberapa segmen penting tetap terstruktur dan terjadwal harian agar tidak ada kesalahan penyampaian”.</i>
11.	Sejauh mana fleksibilitas penyiar untuk mengembangkan script di luar naskah saat siaran berlangsung? <i>“Sejauh mana fleksibilitas penyiar untuk mengembangkan skrip di luar naskah itu sebenarnya sangat tergantung pada mood dan kemampuan masing-masing penyiar. Penyiar harus pintar-pintar menyembunyikan mood yang kurang baik atau sedang tidak bagus, supaya tetap bisa membuat pendengar merasa nyaman dan terhibur. Jadi, fleksibilitasnya cukup besar, mereka nggak harus terpaku pada skrip atau naskah yang sudah ada, tapi juga boleh improvisasi sesuai situasi dan kondisi siaran. Ini penting supaya siaran tetap terasa natural dan hidup, bukan kaku dan monoton. Namun, di balik itu, penyiar juga harus tetap menjaga batasan agar pembawaan tetap profesional dan sesuai dengan karakter program”.</i>
12.	Apakah ada format tertentu dalam membuat script agar tidak monoton dan tetap menarik? <i>“Sebenarnya nggak ada format baku atau aturan khusus dalam membuat skrip supaya siaran nggak monoton dan tetap menarik. Semua itu sangat bergantung pada kreativitas penyiar masing-masing. Penyiar diberi keleluasaan untuk mengekspresikan gaya mereka sendiri dalam menyampaikan materi, memilih kata-kata, dan membangun interaksi dengan pendengar. Dengan begitu, tiap penyiar bisa membawa warna dan karakter</i>

	<i>uniknya sendiri dalam siaran, yang otomatis membuat program terasa lebih hidup dan variatif. Namun, meskipun begitu, tetap ada panduan umum dari tim produksi supaya kontennya tetap relevan dan sesuai dengan target audiens”.</i>
13.	Bagaimana tim melakukan seleksi tema atau isu yang akan dimasukkan ke dalam siaran? <i>“Sebelum informasi atau tema tertentu disampaikan ke pendengar, tim selalu melakukan seleksi ketat terlebih dahulu. Setiap materi yang akan dibahas dibaca dan dicek secara mendalam supaya tidak ada kata-kata yang kurang tepat atau menyinggung pihak tertentu. Di dunia siaran radio, kita sangat memperhatikan aturan dari KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) yang memantau isi siaran agar sesuai dengan regulasi dan etika penyiaran. Kalau ada kesalahan ucap atau penyampaian yang tidak pantas, pasti akan kena teguran atau sanksi. Oleh karena itu, seleksi tema dan isu dilakukan dengan hati-hati, termasuk melihat relevansi dan sensitivitas isu tersebut terhadap pendengar. Selain itu, tim juga mempertimbangkan bagaimana cara menyampaikan isu itu supaya tetap informatif tapi tidak menimbulkan kontroversi yang tidak perlu”.</i>
14	Apa indikator yang digunakan untuk menonjolkan atau mengecilkan bagian tertentu dari realitas sosial? <i>“Indikator utama yang kami gunakan untuk menonjolkan atau mengecilkan bagian tertentu dari realitas sosial adalah seleksi kata-kata dan isi informasi itu sendiri. Dari informasi yang kami dapatkan, misalnya dari internet atau media sosial, kami selalu baca dan telaah secara teliti terlebih dahulu. Kami memilih bagian mana yang relevan dan penting untuk disampaikan kepada pendengar, serta mana yang kurang signifikan atau berpotensi menimbulkan kesalahpahaman, sehingga bisa diperkecil atau dihilangkan. Jadi, kami tidak sembarangan menyampaikan informasi tanpa pertimbangan matang. Proses ini bertujuan agar pesan yang disampaikan tetap objektif, tidak menimbulkan bias berlebihan, dan sesuai dengan norma yang berlaku”.</i>
15	Apakah ada proses brainstorming untuk Untuk menyepakati narasi akhir dari konten sebelum dibacakan? <i>“Untuk proses menyepakati narasi akhir sebenarnya tidak ada sesi brainstorming formal. Penyiarlah yang menyusun dan membawakan narasi sesuai dengan gaya dan pemahaman mereka masing-masing. Setelah siaran berlangsung, kami melakukan evaluasi dengan mendengarkan rekaman siaran tersebut. Evaluasi ini penting untuk menilai apakah penyiar sudah</i>

	menyampaikan informasi dengan tepat dan sesuai standar. Jika ada masukan atau kritik dari pendengar, kami juga menindaklanjutinya dengan menunjukkan rekaman siaran sebagai bukti untuk mengidentifikasi kesalahan atau kekurangan. Dari situ, penyiar diberi kesempatan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas penyampaian di siaran berikutnya. Jadi, proses perbaikan lebih bersifat <i>feedback</i> pasca siaran daripada pertemuan bersama sebelum siaran”.
16.	Bagaimana proses penyaringan dan pendalaman informasi dilakukan sebelum siaran? “Sebelum informasi disampaikan ke pendengar, proses penyaringan dilakukan terlebih dahulu dengan cara dibaca dan ditelaah secara menyeluruh. Informasi yang didapat, terutama dari internet atau sumber luar, tidak langsung digunakan begitu saja. Kami pastikan terlebih dahulu bahwa isi informasinya tidak menimbulkan kesalahpahaman, tidak mengandung unsur provokatif, dan tidak bertentangan dengan regulasi penyiaran seperti yang diatur oleh KPI. Kalau ada data atau fakta yang dirasa belum jelas, biasanya dicari referensi pendukung lainnya untuk memperdalam dan memastikan akurasi. Jadi tidak hanya dibaca sekilas, tapi benar-benar dicek agar informasi yang disampaikan bisa dipercaya dan bertanggung jawab”.
17.	Apakah ada ruang diskusi tim dalam membentuk dalam menentukan Bagaimana suatu isu dikemas sebelum disiarkan? “Sebenarnya, untuk proses pengemasan isu sebelum disiarkan, tidak ada ruang diskusi khusus antar tim. Semua itu lebih diserahkan kepada masing-masing penyiar. Jadi, tidak ada rapat atau forum rutin yang membahas bagaimana suatu isu harus dibingkai atau disajikan. Penyiar diberi kebebasan dan tanggung jawab penuh untuk mengatur sendiri cara mereka mengemas informasi atau topik yang dibawakan, selama masih sesuai dengan gaya siaran, segmentasi pendengar, dan tetap mematuhi aturan yang berlaku. Kalau ada kekeliruan atau hal yang perlu dikoreksi, biasanya dibahas setelah siaran melalui evaluasi, bukan dalam bentuk diskusi sebelum siaran”.
18.	Bagaimana tim memadukan unsur informasi dan hiburan dalam satu paket siaran? “Itu balik lagi ke penyiar, tergantung kreativitas mereka dalam memadukan antara informasi dan hiburan. Misalnya, ketika sedang menyampaikan iklan atau <i>adlibs</i> tentang kuliner, kita harus pintar memilih lagu yang temanya

	nyambung. Misalkan lagunya punya suasana yang santai atau liriknya tentang nongkrong, makan, atau suasana kafe, itu bisa jadi jembatan yang pas buat masuk ke informasi kuliner tersebut. Jadi kesannya nggak terlalu kaku atau seperti menyisipkan iklan, tapi ngalir aja dalam suasana siaran. Improvisasi sangat penting di sini, penyiar harus bisa membangun narasi yang ringan tapi tetap informatif. Misalnya, 'Lagi bete di rumah? Coba deh nongkrong di [nama tempat], katanya chicken wings-nya pedesnya nampol banget!, Jadi ada nuansa storytelling-nya juga. Dengan begitu, informasi bisa disampaikan tanpa mengganggu nuansa hiburan yang jadi fokus utama siaran'.
19.	Apakah program memiliki simbol atau gaya khas jargon musik atau suara efek yang membedakannya? “Kalau untuk jargon sih nggak ada yang khusus ya, tapi kita punya ciri khas yang jadi pembeda, yaitu tagline ‘Radionya Orang Bogor’. Tagline ini jadi identitas utama kita karena memang kita siarannya berbasis di Bogor dan menysasar pendengar lokal. Dulu malah lebih terasa nuansa Sundanya, karena zaman dulu sempat ada program ‘dongeng radio’ yang pakai bahasa Sunda, itu jadi salah satu warisan siaran yang cukup dikenang. Walaupun sekarang programnya sudah lebih modern, tapi semangat kedaerahannya masih kita bawa. Nah, kalau dari sisi musik, identitas kita paling kuat ada di genre dangdut. Bisa dibilang 60% isi siaran kita itu lagu dangdut, terutama yang klasik dan familiar di telinga pendengar setia. Jadi, walaupun nggak pakai banyak efek suara atau jargon tertentu, musik dan tagline itu sudah cukup menggambarkan karakter siaran kita. Pendengar juga jadi mudah mengingat karena nuansa lokalnya sangat kuat”.
20.	Bagaimana musik generasi digunakan untuk membentuk kesan tertentu terhadap konten yang dibawakan? “Kalau musik atau dari backsound sih biasanya masing-masing program itu beda-beda, tergantung dari jenis konten dan gaya penyiarannya. Jadi nggak ada ketentuan baku dari manajemen soal musik latar atau backsound, semuanya dikembalikan ke penyiar masing-masing. Penyiar bebas memilih musik atau backsound yang menurut mereka enak didengar dan cocok dengan suasana konten yang sedang dibawakan. Misalnya kalau programnya agak serius atau informatif, biasanya mereka pilih musik yang lebih soft atau instrumental supaya nggak ganggu narasi. Tapi kalau kontennya santai, kayak talk ringan atau hiburan, bisa pakai musik yang lebih ceria, up-beat, atau bahkan yang lagi viral biar lebih relevan sama selera pendengar. Jadi secara umum, backsound itu memang jadi alat bantu

	<i>buat memperkuat mood atau kesan dari konten yang disampaikan. Dan karena sifatnya fleksibel, penyiar punya ruang kreativitas yang luas buat menentukan mana yang paling pas buat program mereka”.</i>
21.	Bagaimana menyatukan informasi dan hiburan dalam satu siaran nih secara seimbang? <i>“Pinter-pinternya penyiar aja sih sebenarnya dalam menghitung waktu, kayak durasi lagu, durasi iklan, dan seberapa banyak informasi yang mau disampaikan. Jadi misalnya satu segmen itu ada 15 menit, penyiar harus tahu tuh gimana cara bagi waktunya misalnya 2 lagu, terus sisanya buat ngobrol santai atau menyampaikan informasi. Nah, informasi yang disampaikan juga harus dikemas ringan, jangan kaku, supaya nyambung sama nuansa hiburan di siaran. Misalnya kita mau ngomongin topik kesehatan, ya jangan kayak baca teks medis, tapi dibawa santai, mungkin pakai contoh sehari-hari atau diselipin humor. Begitu juga dengan iklan, add lips dari sponsor pun bisa dibawa dengan gaya yang menghibur, biar pendengar nggak ngerasa jenuh atau kayak diceramahi. Jadi seimbangnya itu diatur dari durasi, penyampaian, dan cara penyiar nge-blend semuanya secara natural”</i>
22.	Apakah pendengar memberikan respon terhadap elemen simbolik yang digunakan seperti slogan atau format tetap? <i>“Selama ini sih nggak ada respon negatif ya dari pendengar soal elemen-elemen simbolik yang kita pakai, kayak slogan ‘Radionya Orang Bogor’ itu malah jadi ciri khas yang mereka kenal dan hafal. Kalau dari sisi respon positif, Alhamdulillah justru banyak banget. Kita lihat dari interaksi mereka yang aktif, misalnya nelpo langsung ke studio, kirim pesan lewat WhatsApp, atau komen di media sosial. Kadang mereka suka nyebut sendiri jargon atau menyanyikan slogan yang sering kita ucapin di siaran. Bahkan, ada juga yang sampai minta supaya konten tertentu jangan dihapus, misalnya segmen karaoke. Mereka tuh sampai berebut pengen ikutan, ngirim request lagu, dan nunggu giliran nyanyi bareng lewat telepon. Itu jadi bukti kalau format tetap atau simbolik yang kita pakai memang berhasil bikin kedekatan emosional sama pendengar. Jadi meskipun kesannya sederhana, tapi ternyata itu ngaruh besar untuk mempertahankan loyalitas pendengar”.</i>
23.	Apakah ada mekanisme evaluasi berkala terhadap isi program? <i>“Kita ada, itu rutin dilaksanakan tiap satu bulan sekali, biasanya di akhir bulan. Evaluasinya mencakup seluruh program yang ada. Kita bahas satu-satu, mulai dari kontennya, cara penyampaian, sampai hal-hal teknis seperti</i>

	<i>sound dan durasi. Dalam evaluasi itu, kita sampaikan apa saja kekurangan dari masing-masing program, misalnya mana yang perlu ditingkatkan, apa yang sebaiknya dihilangkan, atau kebiasaan-kebiasaan penyiar yang kurang baik. Contohnya kayak pengucapan yang monoton, obrolan yang muter-muter nggak jelas, opening dan closing yang kurang menarik, atau penyiar yang kurang semangat. Biasanya dari tim kantor juga kasih catatan-catatan tambahan yang lebih objektif. Dan kalau penyiarnya masih nggak yakin atau merasa kurang puas sama masukan dari tim, mereka disarankan untuk dengerin lagi rekaman siarannya sendiri supaya bisa sadar dan tahu langsung bagian mana yang perlu dibetulin. Jadi sistem evaluasinya itu memang dibuat agar terus mendorong perbaikan dan peningkatan kualitas siaran secara berkelanjutan”.</i>
24.	Bagaimana hasil evaluasi digunakan untuk pengembangan program kedepannya? <i>“Mereka harus memperbaiki kesalahan, kekurangannya apa, dan apa yang harus ditambahkan dari hasil evaluasi itu. Misalnya, kalau ada bagian siaran yang terasa monoton, atau topik-topiknya terlalu datar dan nggak relevan lagi, maka itu jadi catatan penting untuk diperbaiki. Atau kalau ada gaya bicara penyiar yang terlalu cepat atau kurang artikulatif, itu juga disampaikan supaya lebih diperhatikan ke depannya. Selain itu, dari hasil evaluasi kita juga bisa menambahkan elemen-elemen baru yang dibutuhkan, misalnya segmen baru yang lebih interaktif, penambahan sound effect, atau variasi musik agar lebih segar. Jadi, hasil evaluasi itu bukan cuma kritik, tapi jadi acuan konkret untuk pengembangan program biar lebih sesuai dengan kebutuhan pendengar dan lebih menarik ke depannya”.</i>
25.	Apa indikator keberhasilan program menurut manajemen? <i>“Keberhasilan program menurut manajemen itu dilihat dari seberapa aktif pendengar merespons siaran kita. Misalnya ada yang request lagu terus-menerus, atau partisipasi tinggi saat program interaktif seperti karaoke. Kalau sudah sampai pendengar antri telepon cuma buat ikut karaoke, bahkan sampai mereka komplain karena susah masuk saking banyaknya yang nelpun, itu jadi indikator kuat bahwa programnya berhasil menarik perhatian. Kita juga lihat dari aktivitas mereka di media sosial, kayak yang sering komentar, ngasih feedback, atau bahkan yang nyebut-nyebut acara kita di story mereka. Dari situ manajemen bisa nilai kalau program itu punya ikatan kuat dengan pendengarnya. Intinya, kalau antusiasme pendengar tinggi baik lewat telepon, WhatsApp, atau sosial media berarti program itu berjalan sesuai harapan dan punya daya tarik yang kuat”.</i>

26.	Siapa saja yang biasanya terlibat dalam rapat evaluasi program? <i>“Dalam rapat evaluasi program, yang biasanya terlibat adalah tim inti dari program itu sendiri, mulai dari program director yang mengawasi jalannya siaran, programmer yang mengatur jadwal dan konten teknis, serta para penyiar yang langsung terlibat dalam penyampaian konten di udara. Kehadiran mereka wajib karena mereka masing-masing membawa perspektif berbeda yang penting untuk mengidentifikasi kekurangan dan peluang perbaikan. Kadang juga melibatkan staf produksi atau manajer stasiun jika ada isu yang membutuhkan keputusan lebih luas. Dengan melibatkan berbagai pihak ini, evaluasi bisa berjalan menyeluruh dan solusi yang diambil bisa lebih tepat sasaran”.</i>
27.	Apakah dimasukkan dari pendengar yang dijadikan dasar dalam proses evaluasi? <i>“Ada masukan dari pendengar, misalnya mereka menginginkan sesuatu atau request tertentu dalam program. Namun, kami juga harus memahami secara mendalam apa sebenarnya kebutuhan dan preferensi pendengar tersebut. Tidak semua keinginan pendengar bisa langsung kami penuhi karena terkadang ada pertimbangan teknis, kebijakan stasiun, atau kesesuaian dengan karakter program. Pendengar memang perlu ‘dimanja’ agar mereka merasa diperhatikan, tetapi kami juga harus bijak dalam menyaring mana yang perlu diikuti agar program tetap konsisten dan berkualitas. Kadang, kami mengikuti request mereka untuk menjaga loyalitas dan agar mereka tidak berpindah ke stasiun lain. Namun, keputusan akhir tetap berdasarkan evaluasi menyeluruh agar program tetap seimbang antara hiburan dan informasi yang kami sampaikan”.</i>
28.	Selanjutnya Bagaimana mekanisme evaluasi dilakukan setelah siaran berlangsung? <i>“Untuk evaluasi secara langsung setelah siaran berlangsung, memang tidak ada mekanisme formal yang dilakukan secara rutin. Namun, penyiar biasanya punya inisiatif sendiri untuk mendengarkan rekaman siaran mereka masing-masing. Ini bertujuan agar mereka bisa mengevaluasi performa sendiri, melihat bagian mana yang sudah baik dan mana yang perlu diperbaiki. Terutama untuk penyiar baru, mereka cenderung lebih rajin mendengarkan rekaman siarannya agar cepat belajar dan meningkatkan kualitas penyiarannya. Selain itu, secara tidak langsung, tim produksi juga memantau siaran melalui rekaman untuk memberikan masukan pada saat evaluasi bulanan. Jadi, meskipun evaluasi pasca siaran</i>

	<i>tidak dilakukan secara resmi setiap hari, upaya perbaikan dan introspeksi tetap berjalan secara mandiri dan berkesinambungan”.</i>
29.	Apakah ada faktor penghambat dalam produksi siaran? Jika ada coba dijelaskan? <i>“Kalau ngomongin faktor penghambat dalam produksi siaran, sebenarnya ada dua jenis, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Dari sisi internal, yang paling sering itu biasanya soal kondisi penyiar sendiri. Misalnya, penyiar lagi kurang fit atau lagi gak mood, itu kadang bikin penyiar jadi gak maksimal dalam bawa acara. Selain itu, ada juga soal kesiapan materi atau konten yang kadang kurang lengkap atau mendadak berubah, jadi penyiar harus cepat adaptasi. Kadang juga masalah koordinasi di tim, terutama kalau lagi sibuk atau ada yang gak saling komunikasi dengan baik, itu bikin proses produksi jadi agak tersendat. Nah, dari sisi eksternal, biasanya yang sering jadi hambatan itu masalah teknis, seperti gangguan sinyal, alat siaran yang error, atau koneksi internet yang putus-putus apalagi kalau lagi live streaming. Kadang juga ada gangguan listrik yang bikin siaran terganggu. Selain itu, kadang ada juga faktor dari luar seperti kondisi cuaca buruk yang bisa mempengaruhi transmisi atau bahkan mengganggu tamu undangan yang seharusnya hadir. Semua hal itu sebenarnya wajar dan sering terjadi, tapi kita selalu berusaha supaya tetap siap dengan solusi cepat supaya siaran tetap jalan lancar dan kualitasnya tetap terjaga”.</i>
30.	Apa harapan kedepannya Bagaimana bagi pengembangan program ini agar tetap relevan dan dinikmati oleh pendengar di tengah perkembangan media digital? <i>“Harapannya sih lebih bagus lagi programnya Karena kreativitas dari penyiarnya karena kita kan menentukan programnya Seperti apa karena yang tahu pendengar itu kan penyiar Seperti apa pendengar kemauan pendengar apa Dan kalau emang itu programnya bagus ya saya Apalagi khususnya saya bagian marketing enak untuk menjual ke klien gitu supaya ada sponsor supaya ikannya banyak”.</i>

Lampiran 6 Panduan wawancara Informan Triangulasi

Nama : Ida Rahmat
 Jabatan : Program Director
 Tempat : Radio Elpas 94,1 FM
 Waktu : 07 Mei 2025

No.	Hasil Wawancara
1.	Di awal di pertanyaan Terima kasih sudah meluangkan waktu sebagai pembuka Bolehkah saya bertanya untuk kakak untuk memperkenalkan diri serta menceritakan sedikit tentang peran dan tanggung jawab anda di radio elpas fm Bogor? <i>“Hai guys Selamat siang nama saya Ida Rahmat di sini Posisi saya sebagai penyiar radio ya tanggung jawabnya yaitu ya pertama Ya saya harus siaran harus mempersiapkan diri dan juga harus mempersiapkan mental di mana penyiar itu kan butuh mood yang baik ya terus juga harus tepat waktu”.</i>
2.	Sudah berapa lama pak dhani bekerja di radio elpas fm? <i>“Sudah 22 tahun”.</i>
3.	Di Elpas FM itu ada program apa aja terutama di pagi hari? <i>“Jadi di pagi hari tuh kita mulai siaran dari jam 05.30 lewat program Mutiara Hati, isinya tausiah singkat—buat nenangin hati lah, ngasih semangat rohani gitu sebelum aktivitas mulai. Nah, masuk jam 06.00 sampai 09.00 ada Pas Pagi, ini isinya lagu-lagu dangdut terbaru, terus kita selipin juga info-info seputar Bogor, termasuk update lalu lintas. Jadi buat yang lagi di jalan atau siap-siap kerja, bisa tahu kondisi sekitar kota. Terus abis itu, jam 09.00 sampai 12.00 ada program Asoy Geboy, ini seru banget karena isinya lebih ke interaksi sama pendengar. Ada kirim-kirim salam, request lagu, dan yang paling rame tuh bagian karaoke bareng. Jadi suasananya tuh lebih cair, lebih personal. Pendengar bisa ikutan nyanyi dari rumah, dan itu bikin hubungan kita sama audiens tuh kerasa dekat banget.”.</i>
4.	Bagaimana anda menentukan siapa yang menjadi sumber-sumber informasi dalam program ini? <i>“Oke, karena tadi mungkin pertanyaannya soal informasi ya, nah di acara dangdut atau program saya ini memang lebih mengarah ke hiburan murni, jadi porsinya untuk menyampaikan informasi itu sangat minim atau bahkan hampir tidak ada. Fokus utama kami adalah menghibur pendengar lewat</i>

	musik, interaksi ringan, dan suasana yang menyenangkan. Tapi, bukan berarti informasi sama sekali tidak hadir di dalamnya. Ketika memang ada kebutuhan untuk menyampaikan informasi—misalnya ada kerja sama dengan klien, sponsor, atau segment khusus barulah saya, sebagai penyiar, akan menentukan siapa sumber informasinya. Biasanya informasi itu datang dari pihak yang bersangkutan langsung, misalnya dari tim klien, atau narasumber yang sudah disiapkan sebelumnya. Jadi, dalam konteks program ini, sumber informasi bukan sesuatu yang kami gali secara mandiri seperti jurnalis, melainkan lebih kepada pihak-pihak eksternal yang sudah bekerja sama atau berkepentingan untuk menyampaikan pesan tertentu melalui program kami. Tapi tentu saja, meski sifatnya hiburan, kami tetap selektif dalam memilih informasi atau narasumber agar tetap sesuai dengan gaya dan audiens program”.
5.	Bagaimana strategi anda dalam menyusun pesan agar sesuai dengan karakter program dan target audiens? “Memang benar, di program saya ini tidak ada porsi untuk berita atau informasi berat, karena dari awal konsepnya memang hiburan. Jadi strategi saya dalam menyusun pesan itu lebih ke bagaimana membuat setiap kata, kalimat, atau ucapan yang saya sampaikan bisa menciptakan suasana yang ringan, menyenangkan, dan membangun koneksi emosional dengan pendengar. Saya mencoba memilih kata-kata yang sederhana, mudah dicerna, dan punya unsur humor atau kehangatan. Tujuannya bukan semata-mata membuat orang tertawa terbahak-bahak, tapi minimal bisa membuat mereka tersenyum atau merasa nyaman saat mendengarkan. Kalau ditanya soal target audiens, program ini sifatnya cukup universal. Jadi sebenarnya segmennya cukup luas, mulai dari usia remaja sampai lansia pun bisa menikmati. Karena musik dangdut itu kan punya daya tarik lintas usia, dan pendekatan komunikatif saya juga tidak terlalu formal, jadi bisa diterima oleh berbagai kalangan. Intinya saya berusaha menjaga agar suasana program tetap cair, ramah, dan terasa dekat dengan pendengar, siapa pun mereka. Itu jadi bagian penting dalam menyusun dan menyampaikan pesan agar tetap relevan dengan karakter program dan audiensnya”.
6.	Komunikasi apa saja yang digunakan selain siaran radio Untuk menjangkau pendengar? “Saat ini juga punya streaming ya atau internet”.

7.	Kemudian Bagaimana karakteristik pendengar dipetakan dan dipahami oleh tim produksi? <i>“Kalau bicara soal karakteristik pendengar, sebenarnya pendekatan yang saya lakukan lebih bersifat intuitif dan berdasarkan pengalaman di lapangan. Saya pribadi sering memosisikan diri sebagai pendengar juga, jadi saya coba membayangkan: kalau saya yang sedang mendengarkan, apa yang saya ingin dengar? Apa yang bisa bikin saya bertahan dan tetap stay di saluran ini? Nah, dari situ saya dan tim bisa menyusun strategi dalam menyajikan konten yang relevan. Kami memang tidak menggunakan data riset yang sangat detail, tapi dari pola respons pendengar, interaksi yang masuk, dan kebiasaan mereka yang kami amati selama siaran, kami jadi tahu karakter mereka seperti apa. Misalnya, mereka suka dengan lagu-lagu yang sedang hits, atau justru lebih menyukai lagu-lagu nostalgia. Mereka juga cenderung menyukai penyampaian yang santai, sedikit jenaka, dan tidak terlalu formal. Jadi strategi kami adalah memberikan mereka sesuatu yang familiar dan menyenangkan ntah itu dari pilihan lagu, gaya bicara, atau bahkan sapaan-sapaan khas. Kami berusaha menjaga suasana agar tetap hangat dan akrab, supaya pendengar merasa nyaman dan tidak punya alasan untuk pindah saluran. Intinya, kami ingin jadi teman yang mereka cari setiap kali mereka butuh hiburan atau sekadar ditemani saat beraktivitas..”.</i>
8.	Darimana biasanya tim mendapatkan ide atau TOPIK untuk siaran? <i>“Kalau soal ide atau topik untuk siaran, biasanya kami nggak terpaku pada satu sumber saja. Kadang ide itu datang dari internet, misalnya dari media sosial, tren yang lagi ramai, atau bahkan dari artikel-artikel ringan yang sedang viral. Tapi sering juga kami mengambil inspirasi dari pengalaman pribadi, baik dari saya sendiri maupun dari tim produksi. Misalnya, kejadian sehari-hari, obrolan ringan dengan teman, atau bahkan hal-hal kecil yang terjadi di rumah pun bisa jadi bahan. Selain itu, kadang ide itu juga ngalir begitu saja pas lagi siaran atau saat sedang brainstorming. Misalnya, lagi muterin lagu, tiba-tiba muncul ide untuk membahas sesuatu yang berkaitan dengan lirik atau tema lagu itu. Jadi memang sifatnya sangat dinamis dan fleksibel. Yang penting buat kami adalah ide itu relevan dengan pendengar dan bisa dibawa dengan gaya yang ringan dan menghibur. Karena kan memang tujuan utamanya untuk membuat pendengar tetap terhibur dan merasa dekat dengan program kami”.</i>
9.	Bagaimana proses verifikasi fakta atau referensi itu dilakukan?

	<i>“Pertama-tama, kalau kita sudah dapat referensi atau informasi yang mau dipakai dalam siaran, langkah awal yang selalu kita lakukan itu adalah membaca dan memahami dulu isi dari referensi tersebut. Jadi istilahnya kita sortir dulu kita pilih mana informasi yang memang relevan, mudah dipahami, dan cocok untuk disampaikan ke pendengar. Karena kan nggak semua informasi dari internet atau sumber lain itu bisa langsung kita sampaikan mentah-mentah, ya. Kadang ada istilah-istilah yang terlalu rumit, atau mungkin cara penyampaiannya terlalu formal, jadi harus kita sesuaikan dulu dengan gaya bahasa program kita. Belum lagi, nggak semua penyiar mungkin langsung paham dengan informasi tersebut, jadi penting juga buat kami memastikan bahwa apa yang akan disampaikan benar-benar sudah dipahami dulu oleh penyiar. Selain itu, kalau sumbernya dirasa belum cukup jelas atau meragukan, biasanya kita cari referensi pendukung lainnya untuk memastikan kebenarannya. Intinya, proses verifikasi ini penting supaya kita nggak sembarangan menyampaikan informasi ke publik, karena bagaimanapun juga, tanggung jawab kita sebagai penyiar tetap ada—meskipun programnya bersifat hiburan. Jadi tetap harus ada proses penyaringan dan penyesuaian sebelum informasi itu benar-benar disampaikan ke udara”.</i>
10.	Bagaimana proses penyusunan script itu dilakukan apakah dibuat harian atau perminggu? <i>“Karena saya nggak pakai script ya, jadi siarannya itu ngalir aja, natural sesuai ingatan atau feeling saat itu. Biasanya saya cukup bikin poin-poin penting aja di kertas kecil atau catatan HP itu semacam panduan aja biar nggak melenceng dari tema. Tapi bukan script yang detil atau ditulis panjang lebar kayak naskah gitu. Jadi lebih ke spontanitas, disesuaikan sama kondisi mood siaran hari itu juga. Kalau pun ada semacam ‘script’, itu biasanya untuk kebutuhan tertentu aja, kayak spot iklan atau ad-libs yang harus dibacain. Nah kalau yang itu memang ada format dan teksnya, bisa disiapkan harian atau mingguan tergantung permintaan klien. Kadang dari klien langsung yang kasih teksnya, kadang juga kita yang bikin dulu, terus disetor buat dicek disetujui atau dikoreksi dulu. Tapi untuk isi siaran reguler, kayak interaksi sama pendengar, pembukaan, atau cerita ringan, ya semuanya balik lagi ke gaya masing-masing penyiar. Kita dibebasin berekspresi, asal tetap sesuai dengan format program dan sopan dalam penyampaian”.</i>
11.	Sejauh mana fleksibilitas penyiar untuk mengembangkan script di luar naskah saat siaran berlangsung?

	<i>“Nggak sesuai dengan apa yang ditulis itu nggak masalah, asal poin pentingnya tetap tersampaikan ke pendengar. Jadi nggak harus kaku ngikutin teks atau catatan yang udah disiapkan sebelumnya. Kita justru dikasih fleksibilitas tinggi buat improvisasi selama siaran, karena gaya bicara yang terlalu dibaca banget malah bisa bikin pendengar ngerasa kaku atau nggak natural. Biasanya sih kita pegang garis besar aja ya, kayak topik utama, poin-poin yang wajib disampaikan, sama jadwal iklan atau ad-libs. Nah selebihnya penyiar bebas aja ngembangin. Kadang pas on air malah muncul ide-ide baru yang lebih segar, entah dari interaksi sama pendengar, dari suasana studio, atau dari berita yang lagi hangat. Jadi fleksibilitas itu penting banget, karena bikin siaran jadi hidup dan nggak monoton. Tapi tentu aja, walaupun fleksibel, tetap ada batasan yang nggak boleh dilanggar. Kita tetap harus jaga etika siaran, bahasa yang dipakai, dan pastikan semua yang kita sampaikan sesuai dengan format program dan target pendengarnya”.</i>
12.	Apakah ada format tertentu dalam membuat script agar tidak monoton dan tetap menarik? <i>“Kalau script yang ditulis itu memang bentuknya ya begitu-begitu aja, maksudnya pasti udah ada format atau alur yang ditentukan dari awal, kayak pembukaan, isi, sama penutup. Tapi biar nggak monoton, itu pintar-pintarnya penyiar aja yang harus bisa improve. Jadi meskipun naskahnya sama, penyampaiannya bisa beda-beda tergantung kreativitas dan gaya masing-masing penyiar. Biasanya juga penyiar itu udah tahu bagian mana yang bisa dimainin improvisasinya, kayak pas bagian sapaan ke pendengar, transisi antar lagu, atau pas ngebaca ad-libs. Di situ mereka bisa tambahkan gaya bahasa yang lebih santai, lucu, atau relate sama kehidupan sehari-hari. Itu yang bikin siaran terasa lebih hidup dan nggak ngebosenin, walaupun pakai script yang sama. Jadi, meskipun nggak ada format khusus yang harus selalu berbeda-beda tiap hari, penyiar dituntut buat kreatif sendiri. Yang penting mereka tahu batasannya, kayak durasi, bahasa siaran, dan tetap sesuai dengan tujuan program. Improvisasi yang tepat itu yang bikin siaran jadi menarik dan bikin pendengar betah”.</i>
13.	Bagaimana tim melakukan seleksi tema atau isu yang akan dimasukkan ke dalam siaran? <i>“Nah ini harus dicari dulu narasumbernya, apakah ini valid atau nggak, soalnya kita takutnya itu cuma sekedar hoaks aja, jadi kita nggak berani ambil risiko sih. Biasanya kalau ada isu atau tema yang lagi rame, kita cari dulu siapa narasumber yang bisa dipercaya untuk ngomong soal itu.</i>

	Misalnya, kalau temanya soal kesehatan, ya kita pastikan narasumbernya dari Dinas Kesehatan atau orang yang memang punya kapabilitas bicara soal itu. Kita nggak mau asal comot info dari media sosial terus langsung disiarin, karena bisa bahaya kalau ternyata salah. Sebelum siaran juga biasanya dicek lagi tuh materinya sama penyiar, kira-kira ini aman nggak dibawain di radio. Karena kan kita juga ada tanggung jawab moral ke pendengar. Jangan sampai kita jadi penyebar info yang nggak jelas. Jadi proses seleksinya lumayan ketat, meskipun dilakukan secara mandiri oleh penyiar, mereka tetap harus peka dan teliti. Bahkan kadang kalau ragu, kita lebih milih buat nggak tayangin dulu sampai informasinya jelas. Apalagi sekarang kan medsos cepet banget nyebarin isu, tapi kita di radio nggak bisa segampang itu langsung ambil. Harus ada proses validasi. Jadi intinya, tim siaran itu selektif banget, karena tanggung jawabnya bukan cuma soal konten, tapi juga menjaga kepercayaan pendengar”.
14	Apa indikator yang digunakan untuk menonjolkan atau mengecilkan bagian tertentu dari realitas sosial? “Oke, mungkin di sini kita akan menyampaikan berita-berita ya, terutama yang memang sedang viral sih. Jadi kalau berita itu sedang viral, biasanya langsung kita angkat karena kan dianggap mewakili realitas sosial yang lagi ramai di masyarakat. Nah, dari situ kita percaya bahwa ketika sesuatu sedang banyak dibicarakan orang, itu berarti penting buat pendengar juga. Jadi itu akan lebih diyakini oleh para pendengar bahwa memang itu yang sedang terjadi, yang sedang relevan. Tapi meskipun viral, tetap kita lihat dulu apakah isinya pantas disampaikan atau nggak. Misalnya kalau kontennya terlalu sensitif atau bisa menimbulkan salah paham, kita bisa kecilkan porsi atau bahkan kita lewati. Jadi bukan asal viral langsung tayang, tapi dilihat dulu konteks dan dampaknya. Kita juga seleksi dari sisi gaya penyampaiannya, kadang ada berita yang berat tapi dibawakan dengan gaya ringan, biar nggak terlalu tegang. Itu semua bagian dari cara kita mengatur mana yang ditonjolkan dan mana yang dikurangi porsinya. Misalnya kalau ada isu nasional yang berat, tapi kita lagi siaran hiburan, ya kita sesuaikan penyampaiannya biar tetap nyambung sama mood acara. Intinya kita fleksibel, tapi tetap hati-hati dan tanggung jawab”.
15	Apakah ada proses brainstorming untuk menyepakati narasi akhir dari konten sebelum dibacakan? “Oke, mungkin di sini kita akan menyampaikan berita-berita ya, terutama yang memang sedang viral sih. Jadi kalau berita itu sedang viral, biasanya langsung kita angkat karena kan dianggap mewakili realitas sosial yang lagi

	ramai di masyarakat. Nah, dari situ kita percaya bahwa ketika sesuatu sedang banyak dibicarakan orang, itu berarti penting buat pendengar juga. Jadi itu akan lebih diyakini oleh para pendengar bahwa memang itu yang sedang terjadi, yang sedang relevan. Tapi meskipun viral, tetap kita lihat dulu apakah isinya pantas disampaikan atau nggak. Misalnya kalau kontennya terlalu sensitif atau bisa menimbulkan salah paham, kita bisa kecilkan porsi atau bahkan kita lewati. Jadi bukan asal viral langsung tayang, tapi dilihat dulu konteks dan dampaknya. Kita juga seleksi dari sisi gaya penyampaiannya, kadang ada berita yang berat tapi dibawakan dengan gaya ringan, biar nggak terlalu tegang. Itu semua bagian dari cara kita mengatur mana yang ditonjolkan dan mana yang dikurangi porsinya. Misalnya kalau ada isu nasional yang berat, tapi kita lagi siaran hiburan, ya kita sesuaikan penyampaiannya biar tetap nyambung sama mood acara. Intinya kita fleksibel, tapi tetap hati-hati dan tanggung jawab”.
16.	Bagaimana proses penyaringan dan pendalaman informasi dilakukan sebelum siaran? “Itu kembali lagi ya ke yang pertama, kita sortir dulu informasinya, cari-cari dulu bahan yang relevan, baru kita pilah mana yang layak untuk disampaikan ke pendengar. Nah, sumbernya itu penting banget, terutama narasumbernya siapa. Jadi kita nggak sembarangan ambil informasi, karena kan sekarang ini banyak juga info-info di luar sana yang belum tentu bener, bisa aja hoax. Makanya kita harus pastikan dulu siapa yang menyampaikan info itu. Kalau dari narasumber resmi, misalnya dari pihak dinas atau institusi terpercaya, kita bisa lebih yakin buat angkat infonya. Tapi kalau dari sumber yang belum jelas, ya kita harus hati-hati banget. Biasanya kita cari pembandingan dulu, lihat juga info itu munculnya di mana aja, apakah banyak media kredibel yang juga angkat. Dan misalnya pun nanti kita ambil narasumber buat siaran, ya narasumber itu yang harus bisa mempertanggungjawabkan apa yang dia sampaikan. Jadi bukan cuma kita sebagai penyiar yang tanggung jawab, tapi narasumber juga punya peran penting. Kita juga baca ulang dulu semua materi sebelum dibawa ke siaran, tujuannya biar nggak ada informasi yang menyesatkan atau bisa bikin salah paham di pendengar. Kadang kalau masih ragu, kita diskusi dulu di internal tim atau cari referensi tambahan. Intinya sih kita tetap harus bijak menyaring informasi, jangan asal cepat, tapi juga harus tetap akurat dan bertanggung jawab”.
17.	Apakah ada ruang diskusi tim dalam membentuk dalam menentukan Bagaimana suatu isu dikemas sebelum disiarkan?

	<i>“Nggak ada sih ruang diskusi tim yang formal ya, jadi nggak kayak harus duduk bareng rapat buat nentuin suatu isu mau dikemas gimana sebelum disiarkan. Di sini semuanya lebih fleksibel dan memang diserahkan ke penyiar masing-masing. Penyiar bebas menentukan cara penyampaian, selama tetap sesuai dengan gaya program dan nggak melanggar aturan penyiaran. Jadi, misalnya ada isu tertentu yang mau dibahas, ya itu penyiar sendiri yang olah, cari referensinya, dan kemas sesuai kreativitas mereka. Biasanya kalau ada hal yang krusial atau butuh perhatian khusus, misalnya ada kerja sama dengan klien, baru deh ada komunikasi singkat antara penyiar dan tim, atau penyiar langsung diskusi sama kliennya. Tapi kalau untuk siaran harian atau topik yang datang dari inisiatif penyiar sendiri, ya itu full ditangani sama mereka. Nggak ada brainstorming khusus atau format diskusi tetap. Tapi, kita tetap ada evaluasi tiap bulan untuk ngelihat hasilnya, dan dari situ bisa jadi masukan juga buat penyiar buat perbaikan ke depannya”.</i>
18.	Bagaimana tim memadukan unsur informasi dan hiburan dalam satu paket siaran? <i>“Ohiya itu, sejauh ini sih nggak sih, kalau aku pribadi ya, jarang banget aku ngemas siaran itu yang benar-benar memadukan informasi sama hiburan secara formal. Jadi aku nggak yang kayak harus nyambungin antara lagu sama topik yang dibahas, ya. Aku lebih ke feeling aja. Misalnya, aku lihat cuaca hari ini mendung atau hujan, ya aku muter lagu-lagu yang nadanya medium, lebih kalem biar cocok sama suasana. Tapi kalau cuacanya cerah, panas, rame, ya aku pilih lagu yang lebih enerjik, lebih semangat. Jadi sebenarnya pendekatannya lebih spontan dan fleksibel. Informasi itu masuk kalau memang relevan sama situasi atau suasana, misalnya ngomongin tentang kondisi lalu lintas atau cuaca sekarang. Tapi kalau nggak ada informasi, ya tetap bisa menghibur lewat pilihan lagu dan cara kita bawain siarannya. Jadi intinya sih bukan menggabungkan informasi dan hiburan secara teknis banget ya, tapi lebih ke membangun suasana yang sesuai aja sama momen, cuaca, dan kondisi pendengar. Nah itu yang buat siarannya tetap enak didenger”.</i>
19.	Apakah program memiliki simbol atau gaya khas jargon musik atau suara efek yang membedakannya? <i>“Kalau soal simbol atau gaya khas, masing-masing program itu memang punya ciri khasnya sendiri. Misalnya, ada program yang pakai jargon tertentu sebagai ciri pembeda, terus ada juga yang pakai musik pembuka atau suara efek khusus supaya pendengar langsung ngeh itu program mana.</i>

	<i>Jadi sebenarnya, tiap program punya cara unik untuk bikin identitasnya kuat di telinga pendengar. Kalau musik, biasanya dipilih yang sesuai sama tema atau mood program itu. Misalnya program santai, musiknya juga yang slow dan enak didengar, sementara program yang lebih energik biasanya pakai musik yang upbeat. Untuk suara efek juga disesuaikan, misalnya suara tepuk tangan atau efek transisi tertentu, supaya program terasa hidup dan nggak monoton. Nah, walaupun tiap program beda-beda, tapi memang tujuannya sama, yaitu supaya pendengar bisa langsung mengenali program itu dari jargonnya, musik, atau suara efek yang khas, jadi mereka merasa lebih dekat dan familiar dengan program itu”.</i>
20.	Bagaimana musik generasi digunakan untuk membentuk kesan tertentu terhadap konten yang dibawakan? <i>“Musik itu memang nggak boleh ditinggalkan, soalnya kalau musiknya monoton atau itu-itu saja, pendengar bisa cepat bosan. Jadi kita harus pintar-pintar milih lagu yang bervariasi tapi tetap nyambung sama suasana dan tema siaran. Misalnya, di jam-jam tertentu kita harus muter lagu yang ngebeat dan energik supaya pendengar tetap semangat, terutama pas pagi atau sore hari saat orang lagi semangat-sematnya beraktivitas. Di sisi lain, kalau jam siaran malam atau dini hari, kita biasanya pilih lagu yang lebih slow atau relaxing supaya suasananya enak dan pendengar bisa santai. Jadi sebenarnya, pemilihan musik ini sangat strategis untuk membentuk mood dan kesan tertentu terhadap konten yang kita bawa, supaya pendengar merasa nyaman dan betah dengerin acara kita. Intinya, musik bukan cuma pelengkap aja, tapi bagian penting dari storytelling radio yang membantu menyampaikan pesan secara halus dan efektif, bahkan tanpa kata-kata”.</i>
21.	Bagaimana menyatukan informasi dan hiburan dalam satu siaran nih secara seimbang? <i>“Karena ya itu karena saya kan bukan punya informasi tapi kadang-kadang dikasih juga jadi ya apa ya berjalan aja gitu berjalan aja kalau misalnya sih lagu ini lagi lagu lagu selesai ada berita yang harus saya baca nih gitu tiba-tiba harusnya baca aja gitu misalnya lagu lagi yang tinggi yang lagi tinggi tapi ada berita yang low berarti itu enggak enggak berpengaruh kayak gitu Tergantung eh bukan tergantung Ya terserah aja terserah penyiaranya tapi kebanyakan tapi langsung diganti ke lagu yang low”</i>
22.	Apakah pendengar memberikan respon terhadap elemen simbolik yang digunakan seperti slogan atau format tetap?

	<i>“Iya, jadi kalau saya lihat sih, pendengar itu sebenarnya lebih mengikuti penyiar favorit mereka. Mereka seringkali merasa punya koneksi khusus dengan penyiar yang mereka suka, jadi elemen simbolik seperti slogan atau format tetap itu jadi semacam ‘kode’ atau ciri khas yang mereka kenali dan tunggu-tunggu. Misalnya, saat penyiar membuka siaran dengan jargon atau tagline tertentu, pendengar jadi merasa ‘ini acaraku, aku nyaman di sini. Selain itu, format tetap seperti segmen khusus atau gaya pembawaan juga bikin pendengar merasa familiar dan makin betah, karena mereka tahu apa yang diharapkan di setiap waktu siaran. Kalau ada perubahan mendadak, biasanya pendengar cepat merespon, baik itu lewat telepon, pesan singkat, atau media sosial. Responnya pun beragam, ada yang positif banget sampai menyampaikan rasa terima kasih karena merasa dihibur atau mendapatkan informasi yang bermanfaat. Jadi, elemen simbolik ini penting banget untuk menjaga loyalitas pendengar dan membangun hubungan emosional yang kuat antara penyiar dan audiens”.</i>
23.	Apakah ada mekanisme evaluasi berkala terhadap isi program? <i>“Harus ada, sih. Setelah siaran selesai, saya biasanya langsung dengerin rekaman siaran saya sendiri. Ini supaya saya bisa tahu bagian mana yang sudah oke dan mana yang masih perlu diperbaiki. Kadang saya juga catat hal-hal yang kurang pas, seperti pengucapan yang kurang jelas atau jeda yang terlalu panjang. Selain itu, di stasiun juga ada evaluasi rutin yang biasanya dilakukan sebulan sekali. Dalam evaluasi itu, kita membahas berbagai aspek, mulai dari isi program, gaya penyiaran, sampai respon pendengar. Semua masukan dari evaluasi ini kemudian jadi bahan untuk mengembangkan dan memperbaiki program ke depan agar makin menarik dan sesuai dengan keinginan audiens. Jadi, mekanisme evaluasi ini berjalan di dua level: evaluasi mandiri setelah siaran oleh penyiar sendiri, dan evaluasi bersama tim secara berkala. Keduanya penting untuk memastikan kualitas siaran tetap terjaga”.</i>
24.	Bagaimana hasil evaluasi digunakan untuk pengembangan program kedepannya? <i>“Hasil evaluasi itu benar-benar jadi acuan utama untuk pengembangan program ke depan. Misalnya, kalau dalam evaluasi ditemukan ada bagian yang kurang baik, seperti gaya penyiaran yang kurang enak didengar atau konten yang kurang relevan, maka langsung kami perbaiki. Bisa jadi dari segi materi, cara penyampaian, sampai durasi program. Selain itu, hasil evaluasi juga membantu kami mengetahui apa yang disukai pendengar dan apa yang kurang diminati, sehingga kami bisa fokus memperkuat hal-hal</i>

	positif dan mengurangi hal-hal yang tidak efektif. Evaluasi ini bukan cuma untuk mencari kesalahan, tapi lebih ke proses pembelajaran dan peningkatan kualitas secara berkelanjutan. Jadi, hasil evaluasi jadi semacam ‘peta jalan’ untuk menyusun strategi program supaya lebih menarik, informatif, dan menghibur sesuai dengan kebutuhan dan selera pendengar”.
25.	Apa indikator keberhasilan program menurut manajemen? “Indikator keberhasilan program menurut manajemen itu ada beberapa hal. Yang paling utama tentu adalah seberapa banyak respon yang kita dapatkan dari pendengar, baik itu melalui telepon, pesan singkat, maupun komentar di media sosial. Respon positif dari pendengar menunjukkan bahwa program kita diminati dan bisa membangun engagement yang baik. Selain itu, keberhasilan juga dilihat dari aspek komersial, seperti kemampuan program untuk menarik lebih banyak iklan. Kalau ada klien yang mau memblok waktu siaran atau bahkan mensponsori program secara eksklusif, itu jadi tanda bahwa program kita dianggap bernilai dan efektif dalam menyampaikan pesan mereka. Manajemen juga memperhatikan konsistensi program dalam memenuhi target pendengar serta feedback dari tim internal. Kalau program berjalan lancar, pendengar aktif, dan iklan terus meningkat, maka itu sudah dianggap sebagai indikator keberhasilan yang signifikan”.
26.	Siapa saja yang biasanya terlibat dalam rapat evaluasi program? “Dalam rapat evaluasi program, sebenarnya semua staf yang terlibat dalam produksi siaran wajib hadir. Ini termasuk kru teknis, seperti operator studio, OB (Operator Broadcast), penyiar, hingga bagian program atau programmer dan program director. Semua punya peran penting dan harus memberikan masukan dari perspektif masing-masing. Misalnya, OB bisa menyampaikan masalah teknis yang terjadi saat siaran, penyiar bisa berbagi pengalaman dan tantangan mereka saat on air, sedangkan programmer dan manajemen menilai dari sisi konten dan strategi program. Dengan melibatkan semua pihak, evaluasi jadi lebih komprehensif dan solusi yang dihasilkan bisa lebih tepat sasaran. Jadi, rapat evaluasi bukan hanya tentang manajemen dan penyiar saja, tapi melibatkan seluruh tim yang berkaitan langsung dengan proses produksi siaran agar hasilnya maksimal”.

27.	Apakah dimasukkan dari pendengar yang dijadikan dasar dalam proses evaluasi? <i>“Tentu ada. Kami memang tidak secara aktif meminta saran dari pendengar, tapi mereka sering kali dengan sendirinya memberikan masukan, entah lewat telepon, pesan WhatsApp, atau komentar di media sosial. Kami selalu berusaha menampung semua feedback tersebut karena itu sangat berharga sebagai cerminan apa yang sebenarnya diinginkan dan dirasakan pendengar. Setelah menerima masukan, kami tidak langsung menindaklanjuti tanpa pertimbangan. Kami diskusikan dulu di dalam tim, apakah saran atau kritik itu memang relevan dan bisa diterapkan tanpa mengganggu konsep program. Jadi, tidak semua keinginan pendengar langsung kami ikuti, karena kami juga harus menjaga kualitas dan arah program agar tetap konsisten. Namun, pendengar tetap menjadi salah satu sumber penting dalam evaluasi karena mereka adalah yang menikmati siaran secara langsung, jadi mendengarkan suara mereka sangat kami hargai”.</i>
28.	Selanjutnya Bagaimana mekanisme evaluasi dilakukan setelah siaran berlangsung? <i>“Karena evaluasi resmi memang kami lakukan setiap satu bulan sekali, jadi setelah siaran tidak ada mekanisme evaluasi langsung atau rutin yang dilakukan. Namun, secara pribadi saya punya kebiasaan untuk melakukan semacam brainstorming mandiri. Saya sengaja mendengarkan kembali rekaman siaran saya untuk meng-crosscheck, memastikan apakah ada kesalahan, kekurangan, atau bagian yang bisa diperbaiki. Ini penting supaya kualitas siaran saya tetap terjaga dan saya bisa belajar dari pengalaman sendiri. Biasanya saya catat hal-hal yang perlu diperbaiki atau dikembangkan untuk siaran berikutnya. Apalagi kalau saya masih baru di dunia penyiaran, saya akan lebih sering melakukan hal ini agar cepat beradaptasi dan meningkatkan kemampuan. Jadi meskipun tidak ada evaluasi langsung tiap habis siaran, proses introspeksi dan perbaikan tetap berjalan secara mandiri, dan kemudian hasilnya bisa saya bawa ke evaluasi bulanan yang dilakukan bersama tim”.</i>
29.	Apakah ada faktor penghambat dalam produksi siaran? Jika ada coba dijelaskan? <i>“Kalau bicara soal faktor penghambat dalam produksi siaran, sebenarnya ada beberapa hal yang bisa menjadi kendala, baik dari dalam tim sendiri maupun dari luar. Dari faktor internal, misalnya kadang-kadang keterbatasan sumber daya manusia jadi tantangan. Kalau penyiar atau kru</i>

	<i>kurang, otomatis beban kerja jadi bertumpu pada beberapa orang saja, yang bisa bikin kelelahan dan berpengaruh ke kualitas siaran. Selain itu, kadang mood atau kondisi psikologis penyiar juga bisa jadi penghambat, apalagi kalau lagi capek atau ada masalah pribadi. Penyiar harus tetap profesional, tapi kan manusiawi, jadi kadang ini bisa memengaruhi performa saat siaran. Faktor internal lain adalah keterbatasan teknis atau fasilitas. Misalnya kalau ada gangguan alat, seperti mikrofon, mixer, atau koneksi internet yang terganggu saat siaran live streaming, itu jelas menghambat kelancaran produksi. Kami memang selalu coba melakukan pengecekan sebelum siaran, tapi tetap ada risiko masalah teknis yang tidak terduga. Nah, kalau dari faktor eksternal, salah satu penghambat terbesar biasanya adalah gangguan jaringan atau listrik. Karena kami juga siaran secara online lewat platform seperti TikTok, Instagram, dan website, kalau jaringan internet tidak stabil atau listrik mati, siaran jadi terhenti atau kualitasnya menurun drastis. Itu di luar kendali kami, jadi harus sabar dan cepat cari solusi alternatif. Selain itu, ada juga faktor dari klien atau mitra eksternal yang kadang bisa mempengaruhi jadwal atau materi siaran, misalnya jika ada perubahan mendadak dari mereka atau kurangnya komunikasi yang jelas. Hal ini bisa membuat tim harus cepat beradaptasi dengan kondisi baru, yang kadang bikin persiapan jadi tergesa-gesa. Jadi, intinya penghambat itu ada dari internal dan eksternal, dan kami selalu berusaha meminimalisir dengan perencanaan yang matang, komunikasi yang baik, dan kesiapan teknis, tapi tetap saja tidak bisa 100% bebas hambatan karena sifatnya dinamis dan ada hal-hal di luar kendali”.</i>
30.	Apa harapan kedepannya Bagaimana bagi pengembangan program ini agar tetap relevan dan dinikmati oleh pendengar di tengah perkembangan media digital? <i>“Ke depan yang pertama agar acara atau radio ya radionya terus berjalan tidak ada hambatan pendengarnya Mungkin banyak yang penting si iklannya yang penting banyak ya”.</i>

Lampiran 7 Dokumentasi Bersama Key Informan



Dokumentasi Key Informan Dhani Ramdhani

Lampiran 8 Dokumentasi Bersama Informan 1



Dokumentasi Informan Rendi Almonrista

Lampiran 9 Dokumentasi Bersama Informan 2



Dokumentasi Informan Noverina Dwi Hermilenia

Lampiran 10 Dokumentasi Bersama Informan 3



Dokumentasi Informan Deira Yunitika Puradiredja

Lampiran 11 Dokumentasi Bersama Key Informan Triangulasi



Dokumentasi Informan Yayat Dyatna

Lampiran 12 Dokumentasi Bersama Key Informan Triangulasi



Dokumentasi Informan Ida Rahmat