



Plagiarism Checker X Originality Report

Similarity Found: 9%

Date: Senin, Mei 20, 2019

Statistics: 5721 words Plagiarized / 62208 Total words

Remarks: Low Plagiarism Detected - Your Document needs Optional Improvement.

Radio is Sound Only Panduan Mengelola Radio di Era Digital II Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta Lingkup Hak Cipta Pasal 2 Hak Cipta merupakan hak eksklusif bagi Pencipta atau Pemegang Hak Cipta untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya, yang timbul secara otomatis setelah suatu ciptaan dilahirkan tanpa mengurangi pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku. Ketentuan Pidana Pasal 72: 1.

Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah). 2.

Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu Ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Radio is Sound Only Panduan Mengelola Radio di Era Digital JaKaRTa 2013

Broadcastmagz PUBLISHER Harliantara Harley Prayudha ANDy RUSTAM M. IV Sekapur Sirih P rof.

Rauschecker, dari CoLondon, mengungkapkan pengartian suara y) otak lebih daripada pengartian gambar Oleh itulah indera kita sinyal/stimuli dan suara waktu sekaligus menonton maka terjadi otak tercipta imajiner terlebih (karena getaran y selesai, proses visual masih ng). ketika getaran selesai, digabungkan hasil proses tadi oleh otak untuk peng-artian lengkap.

Dengan demikian bisa dikatakan, bahwa "gambar" asli dikonfirmasi dahulu "gambar" (sebagai yang terbentuk dahulu), setelah proses otak masuknya stimuli tersebut selesai/final. Media melalui apapun tetap ia media bunyi. Karena dengan suara saja lah bisa tercipta "gambar imajiner yang tak terbatas". Kemampuan radio untuk menciptakan imajinasi tanpa batas inilah yang sering diistilahkan sebagai "Radio is Theatre of".

kata-kata periklanan David y, Coca-cola ukuran dan bentuk yang tak terbatas, serta dapat berubah-ubah setiap saat, hanya bisa dilakukan oleh. Sedangkan Anda sebotol Cola Televisi, bentuknya warnanya ya seperti itulah.. dan ukuran botolnya paling besar hanya sebesar layar televisi Anda". Kalimat secara telah gambarkan Radio menciptakan of Mind, hal tak dilakukan media diangpaling (audio-visual), yaitu Sayangnya, banyak menyadari ini dari radio maupun /biro iklan agency), yang mengang TV gul Radio. masing-masing punya dan gulannya masing-masing. media sama tergantung cara mengoptimalkan karakteristik-nya.

Melalui inyang gabungan teori ikasi radio hasil praktik puluhan penulis Harley dan Rustam berupaya Anda mengoptimalkan gulanRadio kondisi era Dalapaparan Harley yang dari 1 bab penulis mengajak untuk beragam komunikasi bisa telah diimplementasikan bagian radio. hanya , keterlibatannya langsung sebagai praktisi hing, Harliantara Harley Prayudha pun memberikan sejumlah tips, bagi penyiar.

itu, Rustam dengan yang juga berupaya pemahaman radio diuraikan puluhan yang dalam 7 ini diharapkan mencerahkan melekatkan bagi a yang dan memasuki radio ga tak tahu, tetapi bisa paham. V Daftar Isi Sekapur Sirih Bab 1 Radio Di Indonesia Terus Tumbuh Harliantara Harley Prayudha 1 Bab 2 Manajemen Radio Siaran 1 Bab 3 Manajemen Program Siaran

1 Riset Internal Untuk Mendukung Programming Radio 1 Fungsi Programming Radio 1 Strategi Programming 1 Format dan Programming Radio 1 Arti Penting Radio Positioning 1 Bagaimana Target Pendengar Mempengaruhi Format

1 Bentuk program yang populer 1 Program berbasis Siaran hiburan / musik 1 Program Berbasis Siaran Kata 1 Format Wheel / Hot Clock 1 Program Director di Penyiaran Radio

..... 1 Peran Music Director di Penyiaran Radio

.....

1 Produksi Acara di Penyiaran Radio 1 VI Bab 4 Radio

Announcing Karakteristik Penyiar 1 Syarat

Penyiar 1 Penyiar Dan Proses

Komunikasi 1 Karakteristik Radio

..... 1 Karakteristik menulis di Radio

.....

1 Beberapa Petunjuk Penulisan 1 Melatih dan

mengembangkan suara 1 Operating Skill

..... 1 Bab 5 Marketing Radio Filosofi

Periklanan 1 Tinjauan Periklanan Dari Sisi

Promosi Dan Marketing 1 Periklanan Di Penyiaran Radio

.....

1 Peran dan Tugas AE (Account Executive) di Radio 1 Jenis-Jenis

Iklan di Penyiaran Radio 1 Elemen Iklan Radio

..... 1 Elemen Kunci Sukses Periklanan Radio

..... 1 Target Penjualan

..... 1 Product Positioning Strategy Di Radio

.....

1 Positioning 1 AE Radio (penjualan
personal) 1 Aktivitas Marketing Radio

..... 1 Bab 6 Radio dan Teknologi Radio Digital

..... 1 Radio Internet

..... 1 Radio Automation

.....

1 VII Bab 7 Jangan Kiat! Pelajari Prinsip Radio Andy Rustam Munaf

..... 1 Manajemen Radio Kalau Buka Radio Baru,

Segmen Apa Lagi Ya? 1 Alur Pikir untuk Mengelola Radio Siaran

Komersial 1 Hanya Suara adalah Kekuatan Radio

.....

1 Bila Radio di Posisi Puncak 1 Sosok Utuh Sebuah

Radio 1 Program Director Siaran Radio untuk

Siapa? 1 Radio Siaran Untuk Pengiklan atau

Untuk Pendengar 1 Pendengar Tidak Tuning-In di Stasiun Radio Anda
.....

1 Acara Partisipatif 1 Ayo Radio! Buatlah
Masyarakat Tambah Pintar. 1 Radio yang Enak
..... 1 Permintaan Lagu/Request di Radio .
..... 1 Radio Bingung .
..... 1 Lagi Radio Bingung Lagi.
.....

1 Music Director (MD) Radio Siaran Hanya Musik Saja
Susunan Lagu di Radio Penyiar Kecepatan
Bicara Bagi Penyiar Bedanya Bicara Dengan
Ngomong AdLib Bukan Iklan Baca .
..... Beda Uraian Media Cetak dan Uraian Melalui
Radio

Mengembangkan Audience Melalui Siaran Bicara Wajar
Bosan Siaran Bagaimana Menjadi Penyiar yang Disukai?
Glossar Daftar Pustaka
.....

1 Radio di Indonesia Terus Tumbuh Sejarah radio di Indonesia dilandasi tahun 1930-an oleh para priyayi di Kerajaan Mataram atas izin pemerintah kolonial Belanda untuk mendirikan radio segmentasi kalangan ningrat dengan isi kebudayaan. 1940-an kolonial akhirnya radio di kota Indonesia dikenal NIROM. dengan era itu, para peminat radio amatir di Indonesia bereksperimen mengoperasikan radio siaran.

sejarah di melewati situasi Radio Kolonial Belanda diambil alih oleh pemerintah penjajah Jepang yang terjadi antara tahun 1942 hingga tahun 1945. Namun, mulai bulan September tahun 1945, Radio penjajah Jepang tersebut diambil alih oleh pemerintah Indonesia menjadi **RRI (Radio Republik Indonesia)**. Dampak perkembangan negara yang tumbuh, 1960-an radio-radio mulai di Indonesia dikenal Radio (RADAM) atau Radio Eksperimen (RADEKS), beroperasi di frekuensi Short Wave (SW).

Perkembangan radio dan eksperimen Pemerintah kewalahan, pada tahun 1970 akhirnya Pemerintah menerbitkan Peraturan Pemerintah Nomor 55 tahun 1970 tentang Radio Siaran Non Pemerintah (RSNP), menertibkan keberadaan belantara radio siaran di Indonesia. Penertiban membuat pemilik amatir radio kalang jika tetap wajib PT Terbatas) harus dengan memiliki izin dengan persyaratan yang sudah diamanatkan oleh peraturan

tersebut. Pada tahun di Indonesia Radio RRI, Pemerintah Daerah, Radio Departemental (Pertanian).

Tahun 1971, Radio swasta beroperasi secara resmi frekuensi Wave Dalam pengelola swasta 1974, atas kesepakatan 274 stasiun radio swasta komersial dari berbagai daerah di Indonesia membentuk wadah yang dengan PRSSNI Radio Nasional Dekade tahun 1970-an inilah perjalanan awal masa keemasan radio-radio swasta komersial karena televisi hanya ada satu di Indonesia yaitu TVRI (Televisi Republik Indonesia). Masa jaya ini berlanjut di 1980-an.

lagi tahun radio mulai di FM dengan pancaran yang kualitas jauh baik dengan kanal AM Modulation). teknologi radio berhenti, dalam sejarah di tahun PRSSNI dan coba radio menyusul World Space Indonesia. 1995, swasta mengembangkan produksi digital komputerisasi produksinya.

1 2 1996, swasta (Radio mulai dan di Tahun radio mulai di sebagai siaran Tahun 2000, swasta beroperasi sistem (Radio System) suara dan serta wallpapering music". 2001, mengembangkan dan organisasi lewat menuju industri radio yang dan di Pertumbuhan PRSSNI 1974 223 anggota, tahun bertambah 451 , menjadi anggota, lagi pertambahan anggota di tahun 2000 menjadi 774 anggota, dan sejak 2005 hingga Juni tahun 2008, tercatat anggota berjumlah stasiun radio jadi di 2000-an jumlah stasi penyiaran di akan meningkat, belum termasuk stasiun penyiaran radio swasta baru yang sudah mengudara dan memiliki IPP (Izin Penyelenggaraan Penyiaran), tetapi belum menjadi anggota PRSSNI.

Siaran Radio Menjadi Lahan Bisnis Pertumbuhan penyiaran di era 2000-an tidak dari regulasi persepsi penyiaran Memiliki penyiaran sangat dan sehingga heran peminat bisnis radio ini untuk izin penyiaran. demikian, dalam mendirikan penyiaaran ini, pebisnis perlu perencanaan matang dari hingga siaran berkelanjutan. Perlu dipahami pula bahwa bisnis lembaga penyiaran radio ini memerlukan proses legalitas (hukum dan yang seperti No Tahun Tentang Undang-Undang 36 Telekomunikasi, Peraturan No Tahun Tentang Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran.

Gambar 1 : Ilustrasi perkembangan radio di Indonesia Pokok-Pokok Pikiran Undang-Undang Republik Indonesia No. 32 Tahun 2004 Tentang Penyiaran Dalam undang-undang ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, di antaranya adalah : 1. Penyiaran harus mampu menjamin dan melindungi kebebasan berekspresi atau mengeluarkan pikisecara dan termasuk kebebasan dengan pada asas keadilan, demokrasi, dan supremasi hukum. 3 2.

Penyiaran harus mencerminkan keadilan dan demokrasi dengan menyeimbangkan antara hak dan masyarakat pemerintah, hak setiap atau dengan menghormati dan tidak mengganggu hak individu. 3. Memperhatikan aspek berbangsa bernegara, harus mempertimbangkan sebagai ekonomi penting strategis, dalam skala nasional maupun internasional. 4. Mengantisipasi teknologi dan khususnya bidang penyiaran, teknologi kompresi, televisi satelit, dan bentuk-bentuk khusus lain dalam penyelenggaraan siaran 5.

Lebih masyarakat melakukan sosial berpartisipasi memajukan nasional; itu KPI Penyiaran yang menampung aspirasi masyarakat dan mewakili kepentingan publik akan penyiaran. 6. Penyiaran kaitan dengan radio orbit geostasioner merupakan daya yang sehingga perlu secara efektif dan efisien. 7. Pengembangan diarahkan terciptanya yang bermartabat, mampu dan aspirasi yang beragam, meningkatkan daya tangkal masyarakat terhadap pengaruh buruk nilai budaya asing.

Lembaga Penyiaran Radio penyiaran adalah penyiaran berbentuk hukum yang usahanya menyelenggarakan penyiaran Bagi lembaga penyiaran perlu definisi penyiaran siaran. Undang-Undang 32 2002 penyiaran bahwa adalah memancarluaskan siaran sarana dan sarana di di di dengan menggunakan radio udara, dan media untuk diterima secara bersamaan masyarakat perangkat siaran, siaran adalah pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar atau yang berbentuk karakter yang interaktif tidak, dapat melalui perangkat siaran.

juga bahwa radio menggunakan spektrum frekuensi radio yaitu gelombang elektromagnetik merambat ke udara serta ruang angkasa tanpa pengantar merupakan publik sumber alam terbatas. Indonesia, Undang-Undang 32 2002 penyiaran, dari lembaga baik penyiaran lembaga swasta, penyiaran komunitas maupun lembaga penyiaran berlangganan. Lembaga Penyiaran Radio Publik Lembaga penyiaran radio publik adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, netral, komersial berfungsi layanan kepentingan publik.

Sumber pembiayaan lembaga penyiaran publik berasal dari: 1) Iuran Penyiaran, 2) Pendapatan Belanja atau Pendapatan Belanja 3) Sumbangan 4) iklan usaha yang terkait penyelenggaraan penyiaran. pertanggungjawaban publik, penyiaran setiap tahun wajib laporan yang oleh publik hasilnya diumumkan melalui media massa. Lembaga Penyiaran Radio Swasta penyiaran swasta lembaga yang komersial badan Indonesia, bidang hanya jasa radio.

4 Sumber lembaga radio diperoleh 1) iklan, Usaha yang sah dan terkait dengan

penyelenggaraan penyiaran. Lembaga Penyiaran Radio Komunitas penyiaran Komunitas adalah penyiaran berbentuk hukum Indonesia, oleh tertentu, independen, tidak dengan daya rendah, luas wilayah serta melayani Lembaga komunitas tidak mencari atau atau tidak bagian perusahaan mencari semata.

penyiaran komunitas komunitas yang organisasinya mewakili organisasi atau lembaga asing serta bukan komunitas internasional, tidak terkait dengan organisasi terlarang, dan tidak untuk kepentingan propaganda bagi kelompok tertentu atau golongan tertentu. Lembaga komunitas atas yang dari komunitas tertentu menjadi komunitas Lembaga komunitas memperoleh sumber pembiayaan dari sumbangan hibah, sponsor, dan sumber lain yang sah dan tidak mengikat. Lembaga komunitas menerima dana mendirikan dana operasional pihak Serta melakukan iklan atau siaran lainnya kecuali iklan layanan masyarakat.

Lembaga Penyiaran Radio Berlangganan penyiaran berlangganan lembaga yang komersial berbentuk badan hukum Indonesia, yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran berlangganan wajib dahulu izin penyiaran. penyiaran ini siarannya khusus pelanggan radio, atau informasi Lembaga radio ini atas melalui kabel, terrestrial. menyelenggarakan lembaga radio harus sensor terhadap isi yang disiarkan disalurkan, paling 10% kapasitas saluran untuk program lembaga publik penyiaran Menyediakan satu saluran produksi negeri 10 produksi negeri sedikit kanal siaran negeri.

pembiayaan penyiaran berlangganan dari 1) berlangganan, Usaha yang dan dengan penyelenggaraan penyiaran. Regulasi Penyiaran Radio radio memahami yang dengan penyiaran radio. perlu? penyiaran ini fungsi media yang secara bersinggungan banyak dan Sementara tersebut pemahaman sudut masing-masing suatu Di aturan perundang-undangan yang harus diketahui oleh praktisi penyiaran radio adalah: UU No.

38 tahun 1999 tentang Telekomunikasi Undang-undang mengatur tata penggunaan frekuensi mulai dari perizinan, kewajiban membayar pajak, dan tata cara penggunaan frekuensi. UU No. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran. Dalam isi (Informasi), ini mengatur. ini rawan bagi Media Radio jika para praktisi yang bermain di dalamnya tidak berhati-hati. Apalagi aturan mengamanatkan Komisi Indonesia yang 5 menetapkan program, pengawasan, memberi kepada lembaga Ditambah terbukanya masyarakat berperan melakukan pemantauan dan mengajukan keberatan terhadap program/isi siaran suatu radio. KUHP Ada pasal KUHP berpotensi media ketika fungsinya sebagai Social Control dan bermain informasi.

UU No. 39 tahun 1999 tentang HAM Pasal UU mengupas setiap untuk dan menyimpan,

mengolah menyampaikan Dalam ini, radio berhati-hati harus menyelaraskan dengan aturan perundang-undangan lainnya, karena hak asasi seseorang tentu **dibatasi oleh hak orang lain**. UU No.

8 **tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen** Undang-Undang 8 1999 tentang konsumen, cara beriklan, dan pengiklan. perlu media sendiri satu sisi produsen Usaha) bidang selain produsen dengan konsumen. UU **No. 40 tahun 1999 tentang Pers** Undang-undang menjamin pers, memberi bagaimana media dan insan **pers yang bertanggung jawab**.

Perlu diingat, bahwa banyak aturan perundang- undangan yang digunakan Beberapa lainnya UU 1 tahun tentang Terbatas, Etik Indonesia, Undang-undang lain yang terkait dengan penyiaran. Penyiaran Radio dan Sosial Di sekarang kita mudah menikmati radio telinga **dimanjakan melalui bunyi-bunyian dan suara. Boleh jadi kita tidak tahu pasti bahwa penyiaran radio sudah** dalam manusia, langsung tidak bisa kebiasaan Penulis dengan peneliti yang bahwa sosial radio belum terukur, indikasinya bisa bahwa radio menjadi dalam banyak penelitian itu signifikan pengaruh radio kehidupan sosial.

radio suatu yang pribadi merupakan yang jauh besar hidup karena, adalah kita Sculberg bukunya " Radio Advertising" "Albert Einstein once stated that **the gift of fantasy** meant more to him than all his **talent for absorbing positive knowledge**. Radio is the arena of fantasy, the theater of mind, with an unlimited potential for visions created, by words, and for imagined image Einstein sekali bahwa merupakan karunia sangat bagi dari bakat-bakat ia untuk dengan dan **menyerap pengetahuan yang positif**.

Radio **merupakan arena fantasi, suatu "theater" dalam benak kita; dengan jumlah pertunjukan yang tidak terbatas yang tercipta dari kata-kata, dan gambaran-gambaran yang selalu** bayangkan). Dengan pendengar menyebar beberapa cakupan, penyiaran bisa kekuatan media hubungan yang maupun yang bagi Bukti yang dikaji ketika awal radio di dan ini bukti media.

pertama pada 1933, **Franklin D. Roosevelt memberikan kenegaraan pertamanya pada jutaan pendengar, meyakinkan mereka: "the only thing they had to fear was fear itself (** Satu satunya hal yang harus ditakuti adalah ketakutan itu sendiri)". Roosevelt **pada pendengar – satu individu**, sewaktu-waktu, dan menunjukkan kekuatan penuh dari keefektifan 6 suaranya.

lain sejarah radio Indonesia, November ketika pertempuran Bung Tomo, radio gayanya khas semangat bukan di pemuda-pemudi Timur, juga daerah lain. Kedua contoh itu merupakan kejadian nyata penyiaran radio tentang dunia luar yang membuat

masyarakat mendengar jelas kekuatan penyiaran dalam hitungan Pengaruh ditimbulkan penyiaran terhadap memang bervariasi.

satunya pengaruh kehidupan dan membeli, walaupun keadaan tersebut kita tahu bahwa pendengar terpengaruh oleh program yang didengar. Oleh karena itu, stasiun penyiaran radio selalu mencoba menyiarkan program-program menariknya untuk pada kebiasaan setiap itu, kehidupan masyarakat, radio membuktikan dengan atau membujuk massa Beberapa sosial bahwa yang menerus dengan kejadian aktual faktor dengan itu orang yang bertanya dan merasa terlibat serta merasakan pula dampak peristiwa itu. Bukti sejarah kekuatan media penyiaran radio yang khas adalah membuat panik dan kegelisahan pendengar.

Chester, Garrison, dan Willis dalam bukunya "Television And Radio " mengatakan : "H.G Wells's fantasy, The War of The World On Halloween weekend of 1938 , which happened to fall in the period of the unsettling Munich war crisis, Orson Welles produced an adaption of fantasy which had hordes of martians invading New Jersey.

The Program, done in a seminews style, created a panic on the East Coast despite frequent announcements during and after the program that the story was fictional. The panic did not subside until the next morning. Several people were reported to have died of heart attacks, and many people prayed in the streets or fled in to the country to seek refuge." (Fantasinya .

Wells, judul Dunia", "Halloween" pekan, 1938, yang kebetulan terjadi periode perang Orson Welles suatu adaptasi fantasi yang menceritakan sekelompok orang Mars menyerang New Jersey. Program tersebut dengan semi dan suatu di Timur, ada selama setelah itu bahwa itu hanyalah tetapi tetap hingga berikutnya. orang dilaporkan karena jantung banyak berdoa jalanan lari tempat untuk perlindungan).

itu, yang selama peristiwa Hurricane Camille 1969 pengakuan memberikan yang penting membantu banyak Banyak kenapa kita mempercayai penyiaran akan memberikan pada manusia terjadi datang. dengan film, televisi, radio telah keberhasilan memberi nilai-nilai Penyiaran juga telah standardisasi penyederhanaan Inggris, tren yang pertama tercatat abad lalu.

komunikasi penyiaran menekankan komunikasi yang singkat dan sederhana. Walaupun pada kenyataannya sekarang ini terkadang sulit untuk pendengar mengulas-ulaskan berdurasi dari lima belas menit. Penyiaran Radio dan Ekonomi Perkembangan radio kini, berorientasi industri yang menghasilkan atau mendapatkan uang.

Bagi sebagian besar perusahaan atau produsen, beriklan di penyiaran menjadi pilihan menarik samping sumber Hal dapat dikaji dari perkembangan biaya pengeluaran iklan untuk penyiaran radio. Pada belanja nasional 537 Rupiah keseluruhan (ADEX), penyiaran swasta hanya mendapat 913 (1,9%), 2006 ketika ADEX hanya 527 Milyar rupiah, Radex hanya 32, 294 Milyar rupiah (1,6%), tahun 2007 7 ADEX rupiah, turun 218 rupiah juga tahun 2008 ketika ADEX mencapai 584 Milyar rupiah, Radio hanya sebagian 44, 894 Milyar rupiah (1,3%), tahun 2009 juga begitu saat ADEX 582 Milyar rupiah, RADEX hanya 48.500 Milyar rupiah atau sekitar 1,2%. Terakhir, tahun saat 113.000 rupiah, hanya Milyar rupiah atau sekitar 0,9%. (Lihat Tabel Kinerja Industri Media Radio 1983 – 2013).

Tabel Kinerja Industri Media Radio 1983 – 2013 Sumber Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (PPPI) dan PRSSNI Penyiaran Radio Sebagai Sumber Informasi Pada perkembangannya, satu penyiaran adalah kecepatan menyiarkan kepada Dari penulis mengunjungi kota Amerika penulis kesempatan ngobrol-ngobrol John C. Doolittle, Ph.D. Associate Professor, Director of Journalism Division School Communication, Washington University, John C.

Doolittle bahwa ini penyiaran dan penyiaran televisi bedanya tidak begitu besar seperti dulu, karena televisi juga sekarang belajar bagaimana radio, masyarakat ini mengandalkan seperti dulu mengandalkan Lebih dikatakan kelebihan radio lainnya adalah bisa menyamarkan kelompok-kelompok tertentu kepada masyarakat, dan bisa pula menyamarkan tertentu masyarakat mau kepada Karena radio siaran tidak penyiaran yang Produksi radio murah dengan massa Secara memang radio kelebihan news “Jika stasiun radio menyiarkan berita atau informasi yang TAHUN RADEX ADEX Rp. M % Rp.

M 1983 30 7,0 176 1984 14 7,8 180 1985 19 8,8 215 1986 23 10,2 226 1987 32 11,9 270 1988 38 12,1 314 1989 73 15,2 481 1990 105 16,4 639 1991 105 12,6 836 1992 100 9,7 1.027 1993 113 8,2 1.381 1994 139 6,1 2.286 1995 170 5,1 3.335 1996 189 4,6 4.140 1997 206 4,0 5.094 1998 136 3,6 3.757 1999 187 3,3 5.612 TAHUN RADEX ADEX Rp. M % Rp. M 2000 257 3,3 7.889 2001 329 3,4 9.795 2002 413 3,1 13.297 2003 491 2,6 19.093 2004 612 2,4 25.230 2005 537 1,9 27.913 2006 527 1,6 32.294 2007 525 1,4 37.218 2008 584 1,3 44.894 2009 582 1,2 48.500 2008 584 1,3 44.894 2009 582 1,2 48.500 2010 630 1,3 81.900 2011 639 0,9 71.000 2012 828 0,9 92.000 2013 1.017 0,9 113.000 8 menarik dan disukai oleh pendengar, hal ini bisa digunakan sebagai alat untuk meningkatkan jumlah nilai jual bagi stasiun penyiaran radio yang bersangkutan ”.

Pendengar Penyiaran Radio Pendengar benar-benar terhadap stasiun radio cenderung melakukan sesuai kebutuhan, serta mereka Akan tetapi bisa saja, bila pendengar tersebut hanya loyal terhadap satu mata acara pada stasiun penyiaran radio Oleh itu, pendengar dibedakan suka tidak suka program yang oleh penyiaran Dengan setiap

penyiaran radio mempunyai segmen-segmen pendengar yang bisa diidentifikasi dengan mudah. Menurut Sam B.

Vitt dalam bukunya "Used of Broadcast Media" bahwa berdasarkan kelompok pendengarnya, radio dapat diklasifikasikan atas: 1) Talk Program and News: menyajikan acara yang mengupas mendiskusikan Kadang-kadang seorang pendengar, pelawak, artis menyiarkan tertentu; Music, Sport, News: menyajikan musik-musik melaporkan pandangan berbagai olah reportase Pendengar umumnya 35 dan berpendidikan, Ethnic: Penyiaran ini siaran berupa daerah reog, atau daerah lagu-lagu 4).

Contemporary: Contemporary atas adult contemporary contemporary hit radio. Contemporary hit efektif anak-anak muda berhubungan siaran lagu, TOP dan Sedangkan adult contemporary musiknya lebih bersifat abadi, walaupun lagu pada tiga sampai lima tahun yang lalu bisa dikatakan tetap dikenang dari tahun ke tahun.

Adult contemporary ditujukan untuk segmen usia 44 meskipun 45-54 yang menyukai musik Karena 25-54 merupakan yang setelah iklan, stasiun radio menggunakan musik adult contemporary bahwa musik ini akan keuntungan bersaing. Adult contemporary posisi paling disukai di antara berbagai jenis musik. Riset Pendengar Pengelola para iklan memerlukan seberapa pendengar dan yang program-program disiarkan stasiun radio tersebut.

karena untuk diperlukan pendengar riset pendengar. bukunya Know Your Audience ", Dennis List mengungkapkan utama pendengar, kekuatan kelemahannya. ditunjukkan dan –tapi keakuratannya. itu pada sampel seberapa proyek riset urvey face- to face: a) tinggi, Kecepatan: c) pewawancara dekat responden, Problem mengorganisir, analisis computer.

Survey telepon: a) Biaya menengah, b) Kecepatan: cepat, c) Prasyarat: responden harus telepon, Problem mendapatkan telepon, yang Survey mengisi sendiri: a) rendah, Kecepatan: c). responden melek d) utama: kuesioner pengisiannya benar. Survey melalui internet: a) Biaya sangat rendah, b) Kecepatan: cepat c) Prasyarat : responden harus memiliki akses internet, d) utama: keterampilan kuat.

Wawancara mendalam: a) b) Kecepatan: cepat c) Prasyarat: pewawancara harus dekat dengan responden, d) Problem utama: hasilnya subyektivitas. Kelompok Konsensus: a) b) cepat c) responden berkumpul, Problem mendapatkan yang dilaksanakan. 9 D alam pengelolaan siaran, beberapa yang hal yaitu lembaga radio, radio hukum berlaku (Perseroan program manajemen daya teknik, dan Aspek-aspek menjadi penting, data-data akan diimplementasikan manajemen radio menyeluruh dalam upaya

mewujudkan keuntungan finansial dan non finansial.

Gambar 2 : Kerangka pikir lembaga penyiaran radio Aspek Pendirian Lembaga Penyiaran Radio Didalam pendirian penyiaran berisi latar yaitu: 1) kapan, pendiriannya; Kondisi karakter di layanan pada bisa atau hidup juga yang secara 3) Lembaga lainnya: keragaman, 4) yang dipilih: geografi, dan 5) pertumbuhan perkiraan seperti apa proyeksi atau tren pertumbuhan pada data BPS.

Visi Lembaga Penyiaran Radio Hal adalah dan atau pada pendiriannya, (berbicara Ide): deskripsi tentang mau menjadi radio yang bagaimana di masa mendatang. Jadi, visi adalah atau perusahaan yang pada depan, hal Manajemen Radio Siaran 2 10 yang bisa diberikan bagi masyarakat (outcomes), fungsi dan karakteristiknya. Contoh pernyataan visi: Menjadi Talk & Information terkemuka Indonesia, berorientasi Business & Pleasure.

Menjadi Massa populis terbaik Indonesia, mengakomodasikan ruang publik demokratis. Misi **Lembaga Penyiaran Radio Untuk** visi sudah dirancang cara menyusun terbaik (advanced strategi) mengelola daya dan perangkatnya. dimulai membuat rancangan (key concepts), dapat merespon pertanyaan: 1) Apakah tujuan yang utama (visi) untuk dapat dicapai demi eksistensi lembaga penyiaran radio? 2) Apakah upaya pokok yang harus dilaksanakan? Dengan misi, mempermudah Goal Setting harus oleh bagian/departemen formula SMART, Specific (jelas Measurable (terukur), Available (terjangkau), Realistic (realistis), Time based (jangka pencapaian jelas).

hal misi tentang mewujudkan dari program teknis, dan manajemen latar lembaga radio tersebut. Contoh pernyataan Misi : 1. Inovasi dan kreasi di semua departemen. 2. Pemaksimalan potensi karyawan. 3. Output yang bermutu dan berkualitas. 4. Kepuasan pelanggan (klien dan pendengar). 5. Dedikasi, profesionalisme & attitude. Goals/Tujuan Lembaga Penyiaran Radio Goals rangkuman yang targetkan dicapai waktu dekat.

yang target merupakan praktis mutlak kita satu ke Biasanya yang kita antara peningkatan omzet/billing dan keuntungan, peningkatan raihan pendengar, peningkatan kualitas fisik dan sebagainya. Contoh Goals : Prosentase Raihan RoI (Return of Invesment). Prosentase Raihan target market pendengar (demografi, psikografi). Objective Lembaga Penyiaran Radio Objective adalah rincian langkah-langkah yang akan dilaksanakan dalam satu tahun oleh masing- masing atau yaitu programming, engineering, human resources (sesuai Kelayakan Indonesia) rangka goals sudah Sehingga bidang fungsi upaya-upaya dapat dilakukannya dalam rangka mempercepat terwujudnya goals.

Contoh Objective : Marketing Plan Meningkatkan kepuasan klien. Meningkatkan jumlah

klien, minimal 30% tiap tahun. Meningkatkan citra perusahaan. Production Plan Meningkatkan jaringan kerjasama antar instansi. Meningkatkan kualitas layanan terhadap konsumen/klien. 11 Inovasi produk siaran untuk meningkatkan kepuasan pendengar. Meningkatkan pendengar, target tiga mendapat share segmen pendengar.

Financial Plan Meningkatkan profitabilitas, minimal 20% tiap tahun. Meningkatkan efektivitas dan efisiensi keuangan produktivitas. Keuntungan dan pertumbuhan bisnis berupa kenaikan billing 30%. Engineering Plan Peningkatan kualitas teknis area pancaran dan kualitas audio. Investasi teknologi mendukung kualitas produksi yang efektif dan efisien. Peningkatan kualitas pemeliharaan aset agar lebih produktif.

Human Resources Development Plan Membuat sistem organisasi perusahaan yang efektif & efisien. Peningkatan kualitas SDM. Peningkatan kepuasan kerja karyawan. Action Plan Lembaga Penyiaran Radio Action berisi program kegiatan biaya lengkap tahapan penjabaran langkah yang dilaksanakan masing-masing atau sesuai objective telah meliputi programming financing plan, engineering plan, dan human resources development plan (sesuai Standar Kelayakan Radio dilengkapi data waktu program besar Action plan berfungsi juga sebagai alat pengendali perusahaan, apakah bergerak ke arah yang tepat menuju sukses tercapainya objective, goals, misi dan visi.

Strategi **Lembaga Penyiaran Radio Untuk** penyiaran strategi paling untuk misi visi adalah strategi proses Strategi akan efek perubahan seperti radio memang mengalami dalam menempuh orbitnya. Menerapkan tekanan (pressure) pada 4 unsur model perilaku organisasi: a) Proses partisipasi (The Participation Process); b) Komunikasi (Communication); c) Kepemimpinan/ Pengembangan Tim Bisnis; (Leadership/ business team development); d) Resolusi atas permasalahan di tempat kerja; (Resolution of work-place Issues).

Aspek Perseroan Terbatas Aspek terbatas radio mengandung lembaga radio seperti saham, belakang saham, besar masing-masing Selain adanya permodalan, Modal ditempatkan, modal yang disetor, dan modal dalam berbentuk barang. Aspek Program Siaran Beberapa yang diperhatikan para radio dengan program siaran ini, di antaranya adalah : Segmentasi Target Para penyiaran dalam program perlu dan mempertimbangkan segmentasi pendengar akan Tinjauannya dari 12 unsur (perkotaan pedesaan), ekonomi A, C, atau kemudian psikografi: dan pendengar, pendengar daerah bersangkutan, lembaga lain, pangsa iSelain perlu membuat pertumbuhan segmentasi dan target pendengar.

Format Siaran Dalam ini pula siarannya seperti dan perilaku segmen potensi kebutuhannya persentase siaran dan sumber materi siaran, waktu siaran setiap hari,

penggolongan segmentasi, penggolongan persentase mata acara siaran, persentase siaran untuk musik, pola siaran mingguan, serta pola siaran harian. Gambar 3. Format siaran lembaga penyiaran radio Dari siaran umumnya siaran pada basis : Basis (music based); 2) Basis Siaran Kata (talk based); 3) Basis Daya Tarik (appeal based). Komposisi Siaran Komposisi yang adalah kita materi informasi, pendidikan iklan diperoleh siaran yang dan untuk kepada khalayak berdasarkan segmen dan format.

Gambar 4. Elemen siaran lembaga penyiaran radio Aspek Teknik Aspek lebih dan studio dan pemancar (Merk/tipe, produksi, sistem dan (AM FM), (Jenis & Tinggi), antena (merk,tipe, dan jenis), feeder (jenis, merk, tipe & ukuran, panjang kabel, loss kabel meter), hubungan studio pemancar, jangkauan, inventaris sarana prasarana dipergunakan, peralatan dan serta perhitungan investasi biaya.

Selain itu, data teknik yang dipersiapkan adalah gambar dan tata ruang 13 studio peta penyiaran, tata stasiun serta peta jangkauan siaran dan wilayah layanan siarannya. Perlu juga menyiapkan data spesifikasi teknik dan sistem peralatan yang digunakan beserta diagram blok sistem dan konfigurasinya. Gambar 5. Ilustrasi diagram blok siaran Gambar 6.

Ilustrasi wilayah layanan siaran Aspek Keuangan Pada ini, pendapatan item dihitung kapasitas dari penjualan air time , terjual, yang harga dan netto, kinerja arus : cashflow memperhitungkan awal penerimaan dan pengeluaran dan akhir (Proyeksi Sedangkan neraca pendapatan (berdasarkan dasar berdasarkan produksi, tarif untuk layanan, iklan dan mematikan penyiaran biaya operasional, penyusutan tetap, usaha, usaha pajak laba (proyeksi Termasuk ratio per (tingkat Asset ROA, dan pengembalian modal sendiri – ROE.

Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia Sedangkan manajemen daya (praktisi pengelola/pebisnis mempertimbangkan agar menjalankan organisasi penyiaran radio optimal, dalamnya bagan uraian organisasi, dan kepegawaian, juga data komisaris, direksi, dan beberapa posisi penting lainnya seperti: penanggung jawab penyiaran bidang siaran dan pemberitaan, bidang teknik, usaha, dan keuangan. Daya pancar dengan power optimum Jangkauan pancaran Wilayah layanan 14 Gambar 7. Unsur-unsur organisasi lembaga penyiaran radio Pada aspek ini perencanaan SDM radio perlu direncanakan sematang mungkin, mengingat ada dua kepentingan: kepentingan berkaitan dengan individu, meningkatkan potensi dimilikinya. Kepentingan mempersiapkan praktisi yang berpotensi untuk perusahaan dan menjadi pemimpin masa depan. Gambar 8.

Integrasi konsep pengelolaan lembaga penyiaran radio Organisasi Lembaga Penyiaran

Radio perlu usaha untuk sama sistematis disengaja, berencana, pada atau tujuan. inilah disebut lembaga penyiaran Upaya yang didalam penyiaran tersebut berkembang berubah dengan kehidupan yang dalam kebersamaan sebagai kelompok ingin target-target dalam organisasi radio Organisasi radio perwujudan para praktisi yang kerja tidak berhenti SDM tersebut berhimpun dalamnya.

karena berarti kerja sebagai bersama berlangsung proses. kata kerja di organisasi radio tersebut secara Dalam kerja itu bentuk formal, mengikuti prosedur dan mekanisme interaksi yang telah diatur. Para pengelola siaran radio perlu memahami bahwa eksistensi organisasi penyiaran radio adalah bagaimana kerja terarah melakukan bisnis radio.

yang ingin dicapai oleh perusahaan radio ini adalah pencapaian keuntungan, baik finansial maupun non dan lainnya praktisi sebagai masyarakat, dan negara. tugas organisasi radio adalah (Sumber Manusia) terdiri manajer pengendali para radio pelaksana produk jasa penyiaran radio serta pelaksana penunjang lainnya. 15 Gambar 9.

Pengendalian eksistensi manajemen lembaga penyiaran radio Pengelola radio membuat organisasi keputusan- keputusan untuk menghasilkan mekanisme kerja berjalan sesuai tujuan perusahaan. Hal ini menjadi perlu banyak penting dibuat seperti lingkungan yang ingin tujuan-tujuan ingin kewenangan jelas menjalankan roda-roda struktur dengan jawab yang termasuk prosedur kemudian penyiaran yang filsafat dasar norma-norma lembaga penyiaran radio yang harus diketahui oleh semua praktisi radio yang terlibat dalam organisasi tersebut. Gambar 10.

Ilustrasi struktur organisasi lembaga penyiaran radio Pada struktur di seorang Director membawahkan General Manager jawab keseluruhan operasional, strategi, pencapaian (organizational objective), sumber manusia, sarana/ perangkat atau dan serta fungsi perencanaan (planning), komunikasi pengendalian controlling). manajer membawahkan beberapa manager, antara lain Marketing & Promotion Manager yang bertanggung jawab koordinasi pengawasan pekerjaan dan di lapangan dalam rangka memenuhi target penjualan air time yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Program Manager tugas merumuskan menetapkan programming radio memenuhi format yang ditetapkan strategi pendukung siaran dengan kebutuhan sekaligus kebutuhan untuk pencapaian perolehan dan 16 pendengar. Finance & Administration Manager merencanakan pelayanan operasional lembaga radio pengarahannya mencakup administrasi, personalia pengendalian tangga agar efisiensi efektivitas dalam penyiaran Sedangkan Technic & IT Manager pada dan memelihara kelayakan dan kelengkapan perangkat teknik dan IT untuk keperluan siaran harian, menyusun dan menerapkan

prosedur dan standar pemeliharaan peralatan pada instalasi studio dan pemancar, meningkatkan dan penggunaan untuk terselenggaranya siaran dalam jangkauan siaran yang ditetapkan perusahaan. Berikut ilustrasi contoh bagan dan struktur organisasi lainnya. Gambar 11.

Ilustrasi struktur organisasi lembaga penyiaran radio Dalam organisasi penyiaran di seorang Manager” mm tugas bertanggung atas proses penerapan pencapaian serta sumber manusia, sarana/perangkat dan teknologinya. ruang pekerjaan melaksanakan manajemen 1) Perencanaan meliputi ekonomis, financial fokus pada expenses profit, pelayanan (service) yang berdaya dan oleh yang dinamik/terus berubah, personal, mengakomodasi tujuan individual selaku anggota tim kerja stasiun radio, menyangkut maupun 2) meliputi sektor kegiatan sales program news engineering promotion public finance public 3) meliputi Influencing/directing, training/coaching.

deskripsi adalah perhatian untuk membangun kerja personil menyel supervisi staf staf dan lapangan. staf senantiasa mencermati yang oleh mengkoordinasikan staf Marketing hal pelaksanaan tugas-tugas pengembangan pemasang iklan, penetrasi pasar, pencapaian target income (revenue & profit), pelaksanaan dan terpenuhi persiapan anggaran menyeluruh (the overall budget) dan pengendalian arus keluar-masuk keuangan (maintenance of controls over income and expenses) demi efisiensi dan efektivitasnya, kepastian akan berfungsinya perangkat pemancar, dan baik bersifat maupun Berkoordinasi teknisi, inventory, operator dan produksi, hubungan eksternal dengan pemerintah, asosiasi dan instansi/lembaga lain yang berkaitan dengan perizinan, professional dan bentuk sama, berpartisipasi dalam professional activities, baik lokal, regional maupun nasional, melaksanakan tugas- tugas meliputi perizinan, dengan sipil/militer 17 (government relations), organisasidampak dan sekuritas melaksanakan tugas-tugas HRD, meliputi peran konseling, pemberdayaan (empowering) sumber daya manusia, pengembangan penataan untuk pencapaian usaha profitable operation) tataran dan perusahaan, dan penilaian terus menerus (continous review and evaluation) seluruh kinerja setiap anggota tim semua departemen/bagian, sesuai dengan tugas dan kewajiban HRD, mencermati terlaksananya konsistensi positioning, baik brand image), tim air personality kualitas (program), menghimpun pelaporan operasional menyeluruh bagi Board of Director.

Pada konsep radio, daya atau boleh merupakan perusahaan sangat untuk tujuan bisnis Oleh itu, wajib sumber manusia, mengandung sebuah perusahaan radio sumber manusia dan pekerja yang kemudian dan kandidat ditemukan memenuhi kebutuhan organisasi penyiaran radio. Dalam kenyataannya sekarang Anda akan dihadapkan kepada dua karyawan, karyawan sudah dan yang butuhkan, perlu direkrut diseleksi selanjutnya sumber manusia akan berhubungan perencanaan perusahaan mengadakan

positif perkembangan penyiaran. Penyiaran akan pula permasalahan penyiaran sudah posisi penyiaran, marketing, program, administrasi dan keuangan serta teknik.

Proses pengelolaannya lebih cenderung bagaimana meningkatkan kinerjanya agar dapat menghasilkan output yang optimal untuk kepentingan penyiaran radio. tetapi, mengoptimalkannya kegiatan yang terus menerus oleh lembaga radio. Catatan: organisasi radio dapat personal calon yang maka penyiaran radio tersebut tidak dapat memadukan pekerja dan pekerjaannya secara efektif.

Organisasi Radio Jaringan (Network Radio) Secara organisasi masing penyiaran yang pada jaringan, berdiri (memiliki sesuai target sendiri), namun dalam menjalankan operasionalnya akan mengacu pada SOP (standard operating procedure) yang dengan diberlakukan (pusat) berjaringan. karena peran komunikasi unit pusat penting keselarasan berjaringan.

Sebagai di yang induk akan sumber manusia- nya khusus berkoordinasi unitnya organisasi diberlakukan sangat ada di manajemen di operasional masing- masing Sehingga keselarasan dengan bisa dan terpelihara dengan baik melalui komunikasi yang berkala. Pengelolaan radio jaringan networks) umumnya lebih beberapa penyiaran berbeda dengan untuk pendengarnya dalam cakupan siar yang luas dan mencapai target segmentasi khalayak pada masing-masing tempat berbeda baik demografi atau Beberapa di yang pola jaringan misalnya: MEDIA (mengelola brand Hard Rock FM, I-Radio, Trax FM, Cosmopolitan FM) MASIMA CORPORATION (Prambors FM, Delta FM, Female Radio), MNC GROUP (Trijaya FM, Woman Radio, Radio Dangdut TPI, Global Radio) Elshinta Radio Network, Sonora Radio Networks, OZ Radio Network, Ben's Radio Networks, Smart Radio Networks, Pas Radio Networks, Ramako Group, Radio Network, , memiliki radio di kota seperti Bandung, Semarang, Surabaya, Balikpapan, Makasar, Padang, 18 Pontianak, dan Sedangkan kepemilikan anggota pada umumnya adalah organisasi induk (pusat) bekerja sama dengan mitra lokal (daerah tertentu) sebagai unit. ada yang pola dalam jaringan saja, yang hasil keuntungan program tersebut di-share-kan.

Gambar 12 : Ilustrasi pola komunikasi organisasi grup dan unit Teknis Siaran Teknis berjaringan menggunakan program yang dari utama dapat langsung bersamaan studio (unit), ada pula merupakan siaran tidak Banyak yang untuk mengirim transmisi antar radio diantaranya adalah mel adalah (Studio to Transmitter Link), mikro, serat atau berbasis seperti XDSI, GPRS, HSDPA, HSUPA penggunaan tersebut dapat dikombinasikan.

Program Siaran siaran sangat dengan program sama dari deskripsi hingga

operasionalnya dengan yang secara atau tunda. bisa menggunakan konsep yang mulai waktu judul deskripsi program, siaran, dilakukan oleh masing-masing radio upaya mencapai segmentasi yang di tiap-tiap daerah, akan kreatifitas dan pada unit itu. Sekalipun berjaringan tetap memperhatikan masyarakat yang ada di daerah masing-masing sebagai anggota radio berjaringan.

Radio sebagai terpenting proses radio dalam konteks komersial bahan kegiatan (marketing) dan perlu dikelola secara maksimal. Penyusunan program di radio merupakan kegiatan awal yang menentukan siaran tujuan iklan. sekaligus merupakan dari dan perusahaan juga strategi mencapai tujuan. Karenanya Programming dapat landasan yang ditetapkan pimpinan radio, harus hubungan korelatif.

Apabila tersebut visi misi maka program mengacu kepadanya. Pemahaman dikenal pendekatan Hubungan Pengiklan'. radio dikatakan fungsi dan apabila memulainya memperoleh secara dan/atau sesuai target yang dicapai. menjaring bermula program siaran apa mampu ketertarikan kebutuhannya keinginan mendengarkan siaran radio.

Pendekatannya dari tentang dan Radio sehingga mengetahui memahaminya. dapat dalam kegiatan yang berupa program di sebagai produk radio siaran. Definisi Radio Programming adalah aktivitas radio seorang atau program merangkai/mengatur siaran menyeleksi, dan mempresentasikan di udara sehingga evaluasi terus menerus untuk terbentuknya format penyiaran radio tujuan citra sesuai direncanakan station image) dalam upaya mencapai audience tertentu (target audience) untuk terus tumbuh. Manajemen Program Siaran 3 20 Riset Internal untuk Mendukung Programming Radio Untuk penataan penyiaran memang mudah.

kajian- kajian perencanaan bila lakukan internal. salah aspek yang wajib dilakukan oleh penyelenggara radio siaran dari sekian banyak aspek yang perlu dilakukan adalah internal. penyiaran yang riset bisa ketepatan keakuratan mengelola secara dan target aspek-aspek pengelolaan radio siaran.

Selain itu dapat mengukur dan menemukan kepastian- kepastian preferensi cara yang melalui pengelolaan radio siaran. Selain riset juga memaksimalkan rencana atau usaha penyelenggaraan sukses. riset adalah pengumpulan melalui yang berdasarkan fakta lebih dan tidak menggunakan asumsi atau insting. Riset menjadi dasar untuk strategi bersaing.

Dengan hasil kita menyusun untuk dan keefektifan aspek ada pengelolaan penyiaran Dalam ini hasil riset bisa dijadikan sebagai sarana untuk membuat langkah-langkah yang diharapkan mencapai target maksimal. Pertimbangannya: a) Agar manajemen yang

dan menjadi bermanfaat, menarik minat pendengar dan pemasang iklan, b) Menempatkan seluruh elemen manajemen siaran pada ukuran yang tepat, c) Meningkatkan target kinerja siaran secara maksimal dengan hasil yang efektif, d) Membantu menetapkan target secara objektif dan bermetode yang terukur, e) Membantu penyusunan perencanaan bisnis radio dengan cara pendekatan yang paling tepat. Sisi melakukan , penyiaran dapat data baik khalayak kompetitor.

hal bisa ukuran lembaga radio melakukan riset khalayak dan riset kompetitor. Riset khalayak: a) Untuk perilaku, dan hidup. sudah seperti direncanakan dan diharapkan oleh perusahaan atau lembaga penyiaran radionya, b) Untuk Mengetahui efektivitas beriklan di radio, c) Mengetahui pendengar, dari yang oleh atau penyiaran Riset bertujuan i) kinerja periklanan ii) radio iii) kondisi atau fakta di lapangan secara update, d) Kinerja kompetitor dari semua aspek manajemen siaran. Biasanya data riset secara umum tersebut diperlukan untuk mendukung kegiatan perencanaan bisnis radio setiap tahun (Working Plan).

Dalam hal ini, akan semakin terarah khususnya pemahaman strategis yang dituju untuk implementasi dalam "action plan" guna pencapaian target-target kinerja pada semua aspek manajemen siaran. riset yang didapat yang bahan program/ manajemen untuk mengambil keputusan. Riset hasilnya dapat dimanfaatkan untuk: a) Mengukur besaran pendengar acara tersebut secara kuantitas dan kualitas, b) Menemukan komposisi aktual yang menyangkut data demografis pendengar, c) Membantu jarak antara yang dan dicapai acara itu melalui perbandingan terhadap target yang direncanakan, d) Menemukan panduan yang lebih konkrit untuk melanjutkan program siaran, e) Mengukur preferensi terhadap hasil program dan cara memeliharanya, 21 f) Membantu anggaran program termasuk penetapan harga yang ideal, pada menggunakan raihan setiap pendengar dan sejumlah pendengar yang mendengarkan acara tersebut, g) Untuk dan kepastian preferensi serta pendekatan yang terefektif.

Dengan semua yang dengan dapat jaminan terhadap penempatan aspek manajemen yang dirancang, h) Memaksimalkan rencana usaha kualitas yang Karena dengan dan tentang maupun kekurangan, dapat dilakukan langkah perubahan maupun penguatan dengan tepat. Fungsi Programming Radio Seorang programmer selain memiliki kemampuan untuk merencanakan program. Pahami pula fungsi yang dengan perkembangan radio.

programmer paling tidak memahami 6 fungsi di bawah ini: Pertama, perencanaan penjadwalan program. Operasional penyiaran radio komersial memiliki perencanaan program setiap dalam 15 20 setiap harinya, tidak pula memiliki tanpa atau jam harinya. Penyiaran pembagian waktu standar disusun satu sebagai berikut; Waktu Pagi (Morning

Drive) antara pukul 05.30 atau 06.00 hingga pukul 10.00 pagi; Waktu Siang (Daytime) antara pukul 10.00 hingga pukul 15.00; Waktu Sore (Afternoon Drive) antara pukul 15.00 pukul atau 20.00; Malam Night-time) antara 19.00 pukul hingga malam. Tengah (Overnight) waktu tengah malam hingga saat waktu pagi. Kedua, (Continuous).

melakukan tidak dengan satu atau dua program saja, sejak "Sign On" dipagi hari, tanpa berhenti sampai "Sing Off". Tinjauan fungsi ini untuk jumlah dari ke Kebiasaan pendengar adalah jika programnya mereka suka, dijamin akan terus mendengar program demi hingga dan jika suka akan meninggalkan program tersebut untuk mencari stasiun penyiaran radio yang lain.

Ketiga, sangat biasa competitive – yang dengan target pendengar yang sama, karena jumlah persaingan tidak di stasiun berdiri (single station) sudah di jaringan networks). karena para harus berupaya program- program disajikan berbeda menjadi unggulan disukai pendengarnya. Kreativitas menjadi hal penting dalam memenangkan persaingan ini. Keempat, menjaga stabilitas dalam jadwal program.

Hal ini adalah upaya untuk mengembangkan kebiasaan Semakin waktu mengikuti maka dapat berdampak lamanya iklan promosi Selain untuk acuan dalam merencanakan program-program baru yang akan dibuat. Kelima, mencari dan memperoleh ide dan materi kreatif, yang bisa didapat dari seluruh sumber yang Hal penting harus untuk idan bentuk program baru serta mengembangkan untuk memelihara imajinasi pendengar. Keenam, sangat (highly speculative). ada pasti memprediksikan ide program akan berhasil dan diminati pendengar.

Jika kegagalan program sudah bisa diprediksikan, boleh jadi hal ini akan mempermudah penataan acara yang dalam kenyataannya kegagalan tidak dibicarakan Programming diibaratkan yang dapat dijelaskan kata kata dan yang dapat (intangible) tarik pendengar. 22 Dengan keenam di seorang Program Director baik, tidak memiliki mengevaluasi " idenfinable dan intangible daya pendengar.

evaluasi berhasil didukung beberapa diantaranya adalah: yang dari sumber, bisnis radio umum, dan memahami pembiayaan membuat program. Dengan pemahaman ini seorang program director dapat dan menjalankan resiko sulit tingkat keberanian yang tinggi (courage). Strategi Programming Strategi elemen/materi siaran (termasuk acara) sedemikian rupa untuk mendapatkan dan mengembangkan pendengar.

yang dengan Radio adalah yang cermat kegiatan atau siaran menyeleksi, dan di sehingga format station tujuan station untuk audiens (Target Audience) selanjutnya pendengar terus Peran bagi suatu sangatlah Program sendiri tindakan

berkesinambungan, program sangatlah biaya siaran dalam waktu upaya, kreativitas sesuatu murah, produksi merupakan kompleks produksi, hingga penjualan), stabilitas mantap dalam penataan program, untuk membangun kebiasaan pendengar, bergantung kepada kreatifitas, sumber-sumber pendukung, dan talenta.

Standar yang sangat mendasar dalam strategi pemrograman adalah : a) Rumusan target-target penyiaran, baik dalam pendekatan meraih pendengar semaksimal mungkin sesuai pilihan segmentasi, serta pertimbangkan memperoleh keuntungan finansial melalui target periklanan, b) Pemahaman apa yang siaran karakteristik radio, yang berkaitan dengan kekuatan radio maupun kelemahannya.

Dengan mempertimbangkan bahwa radio siaran "hanya suara", c) Penempatan waktu penyiaran yang dianggap tepat, berhubungan dengan kesempatan kebiasaan pendengar siaran d) dan siaran apa menjadi target Perumusannya berikut 1) Keseimbangan tujuan menghibur dan menginformasikan, 2) Keseimbangan antara musik dan siaran kata, 3) Keragaman model acara yang dimungkinkan, seperti program pemberitaan, drama, request, quiz, game, iklan sebagainya; Keseimbangan khalayak radio refleksi radio kebutuhan e) atau siaran apa yang kebutuhan berkaitan isi yang pendengar. Karenanya penyusunan program meliputi Musik, Bunyi-bunyian, dan lainnya.

elemen menyesuaikan desain program sebagai turunan dan penetapan format siaran dan target segmentasi, f) merencanakan siaran lainnya aktivitas khalayak pendekatan lebih meskipun ini banyak mengandalkan dan insting. untuk keberhasilan program menggunakan khalayak kelengkapan di Riset yang terhadap sebuah program siaran yang telah mengudara, hasilnya dapat dimanfaatkan : a) Mengukur besaran pendengar tersebut kuantitas kualitas, Menemukan aktual menyangkut demografis c) pengukuran kesenjangan hasil diharapkan yang acara melalui terhadap yang direncanakan, Menemukan yang konkrit melanjutkan siaran, Mengukur terhadap program cara f) merancang anggaran program termasuk penetapan iklan paling 23 yang umumnya ukuran nilai pendengar sejumlah yang mendengarkan acara tersebut.

Untuk efektivitas idealnya perlu riset Alasan hasil : Untuk dengan dan program yang efektif target melalui dan elemen yang tepat. pemahaman tepat atau seperti yang informasi apa paling atau kebutuhan komunikasi penyiar paling b). mengukur menemukan terhadap asumsi-asumsi pendekatan terefektif program Dengan semua hal yang berhubungan dengan dugaan dapat memperoleh jaminan terhadap penempatan program siaran dirancang, Memaksimalkan rencana usaha program yang Karena dengan dan tentang kelebihan maupun kekurangan, dapat dilakukan langkah perubahan maupun penguatan dengan tepat. Format dan Programming Radio penyiaran komersial

upaya pendapatannya dari target dan perolehan pendengar.

Jika dicapai dengan baik maka biasanya akan dicari oleh para pengiklan. pendengar yang pengiklan dasar melakukan selanjutnya slot penyiaran tersebut. menentukan data biasanya diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan, baik oleh stasiun sendiri atau oleh lembaga penelitian Data-data akan kepada Tujuan dari stasiun radio adalah menyiarkan mengudarakan sesuatu bisa perhatian kemudian " " para Jika tidak tentu akan pengiklan berminat, semakin sedikit pemasukan yang diterima oleh stasiun penyiaran radio tersebut. Jadi, adalah membuat menarik mendapatkan pendengar. ini suatu yang penting konsep radio programming dan dengan format.

sebuah penyiaran radio yang akan dan kelompok yang dari konsep programming-nya upaya-upaya yang dilakukan harus memenuhi keinginan yang diharapkan oleh para pendengarnya. Bagi pengelola stasiun penyiaran radio hendaknya berhati-hati dalam menentukan programming penyiaran Pastikan dahulu yang dicapai. itu adalah upaya agar pendengar yang akan kita raih sesuai dengan citra yang kita kehendaki.

Salah satu upayanya adalah membuat format acara yang akan diudarakan kepada pendengar, sehingga antara positioning format membentuk stasiun Kehati-hatian format acara pula faktor penyiaran geografis atau – (Usia, ekonomi, – (gaya untuk mengelompokkan secara Gaya itu pada adalah bagaimana menghabiskan dan Oleh itu segmentasi gaya bisa melalui tas dalam populasipenduduk yang paling adalah bagaimana periklanan positioning format stasiun untuk usaha penyiaran radio tersebut.

Arti Penting Radio Positioning Positioning dijalankan lembaga radio menciptakan image tertentu benak Tetapi dapat image berbeda yang dikehendaki oleh lembaga penyiaran radio tersebut. Oleh karena itu bahwa lembaga penyiaran 24 radio menyampaikan pesan sama, membentuk utama radio dan positioning. Gambar 13. Ilustrasi elemen programming radio tersebut menyampaikan pesan cara khusus, pesan-pesan serupa yang disampaikan oleh lembaga penyiaran radio pesaing.

Karakteristik tersebut harus kekuatan sehingga perasaan sama pada pemikiran dan Secara peranan positioning menempatkan suatu citra radio dalam benak pendengar dan pengiklan. Positioning menimbulkan Pendengar pengiklan suatu program dan penyiaran yang dalam hubungan program atau penyiaran IPendengar pengiklan hirarki dalam kemudian hirarki ketika keputusan memilih program Jadi radio adalah agar program radio berada pada urutan pertama dalam benak pendengar dan pengiklan, sehingga program radio dan lembaga penyiaran radio tersebut akan lebih diingat dan diperhatikan. Bagaimana Format Dibangun? Dalam penyiaran yang berarti bagaimana mengatur format.

dari programming semenarik untuk market dituju. sangat karena pribadi penyiaran tersebut menarik Station yang format lokasi serta yang akan untuk pendengar pendapatan penyiaran Stasiun penyiaran membentuk untuk demographi benar yang diharapkan : jenis dan sosial Pada format menjadi tepat menentukan yang Penyiaran merakit formatnya dalam berbagai cara, hal termudah yang sering dijumpai adalah membuat program yang diletakkan di beberapa segmen waktu.

Penyiaran **radio setiap harinya akan menyiarkan hal-hal yang baru** berbeda stasiun radio Hasil menunjukkan perbedaan dan pendengar dipengaruhi ketertarikan terhadap program-program yang disajikan. Ketertarikan disebabkan kebutuhan keinginan misal hari mereka membutuhkan info kemacetan lalu lintas, kemudian di siang hari mereka mengganti saluran radio untuk mendengarkan musik.

Malamnya mungkin terpenuhi keinginannya di stasiun penyiaran radio program ingin Contohnya acara obrolan ringan kehidupan, edu- 25 sex-kasi talkshow-talkshow lainnya. setiap program, musik akan ada. musik menjadi tertinggi pendengar. umumnya format penyiaran terbagi 3 berbasis Musik, Berbasis Talk, News, Berbasis Kekhasan. Banyak penyiaran memitampikan bervariasi dengan fasilitas otomatis dikendalikan dikawal seorang operator materi yang terekam perencanaan Penyiaran telah menjadi media memusatkan pada pendengar lebih Kelompok-kelompok lah disebut target pendengar.

Sebagai sebuah bisa menggunakan sajian rock menarik kelompok dengan karakteristik muda. demografis suatu statistik suatu kata ini kali singular industri broadcasting untuk suatu bagi pendengar tertentu. Dengan suatu penyiaran masuk satu dalam (misalkan kelompok dengan kelumut tingkat tertentu) ini implikasi berbagai sajian yang beragam, stasiun bisa berharap menarik pihak yang minat menjual produk mereka pada orang-orang di segmen-segmen itu.

Perencanaan Programming Radio Proses programming paling adalah mengenai tingkatan yang dicapai bagaimana programming Hanya melalui programming mengembangkan dan brand pendengar diraih Jika pendengar lamanya **maka akan sangat berdampak pada sirkulasi massa yang memang dicari oleh pemasang iklan.** **Rating digunakan untuk mengukur efektivitas penggunaan media, rating menunjukkan bagian dari** individu mendengarkan acara suatu tertentu.

perolehan pemasukan pemasang baik hal menunjukan program adalah Bagian pemberitaan, k, penjualan sebuah penyiaran radio perlu memiliki " programming leadership ". Ciri Khas Siaran Radio Beberapa hal yang dipergunakan lembaga penyiaran radio agar memiliki ciri khas: Jingles Jingle suatu basic brand suatu penyampaian acara

agar mempunyai khas Suatu dianggap penting setiap penyiaran berani mahal untuk suatu yang benar-benar ciri Keselerasan suatu harus konsep radio yang target dan yang disiarkan terintegrasi secara menyeluruh. Kegunaan sebuah jingles bagaikan tanda baca untuk siap didengarkan.

Tim program akan jingles tanda keterangan- keterangan yang ada pada sebuah program dengan berperan sebagai jembatan antara segmen- segmen memungkinkan tersebut "mengakhiri" segmen berganti arah dari program tersebut sekaligus untuk menyiapkan segmen berikutnya. Pemilihan jingles berbeda-beda membolehkan penyiar mengindi arti kata diantara segmen dua dan menyajikan 26 yang menyediakan segmen dalam detik.

kemasan jingles kunci jingles (dimana digunakan membawa pendengar atau dari acara sehingga tahu tidak perlu mendengar terlalu lama untuk mengidentifikasi acara tersebut. Jingles mengekspresikan suasana dan menentukan jingle perlu pendengarnya, musik diudarakan format dan Karena jingle cerminan radio yang maka pemesanan jingle dapat dan dasar arah siaran jelas. Musik jingle menunjukkan siaran bisa keseluruhan atau khusus satu tertentu, untuk lagu acara-acara tertentu/khusus.

Signature Tunes Signature mempunyai yang sama jingles. dalam radio menampilkan yang Program khusus jelas "signs" merefleksikan musik tapi menyajikan memberi kesan keseluruhan atau presentasi tersebut. radio sering rangkaian di setiap dengan "signs" melengkapi dan (program Banyak radio memiliki tunes-tunes untuk perbedaan hati kemungkinan cocok untuk program-program tertentu.

Live Performance Stasiun sering musik live on-air aktifitas Ini merubah dari kegiatan dilakukan maupun studio, menampilkan artis "luar program Penyiaran langsung pengisi band tampil suatu musik stasiun biasanya akan dana yang dibayar artis program. terkadang tersebut mau , sedang promosi musik maka radio bekerjasama produser tersebut mempulikasikan bagian musiknya.

Radio dapat acara yang cukup khas dibanding radio siaran lain. Walaupun bentuk dasar dari acara tersebut sama, tetapi diusahakan penyajian lebih tersebut menarik dan cukup lama disiarkan akan mampu menjadi ciri khas radio siaran yang bersangkutan.

Suara Seorang dalam stasion harus ciri dalam Dampak suara akan warna bagi radio Hampir semua **pengelola stasiun radio menyadari bahwa** unsur musik tidak bisa diabaikan dan pada kenyataannya "radio music" lebih digemari daripada "radio speech". Sedangkan jika ada stasiun radio yang hanya mengandalkan speech boleh jadi memiliki alasan tersendiri.

Isi Program didengar kalayaknya banyak juga isi yang disajikan program tersebut. radio memperhatikan dari acara Contoh "Jika dari bertujuan anak maka siaran program harus dengan anak itu juga memperhatikan yang dimana No Tahun tentang penyiaran isi wajib informasi, hiburan manfaat pembentukan watak, kemajuan, bangsa, menjaga kesatuan dan persatuan, serta mengamalkan nilai-nilai agama dan budaya Indonesia.

27 Isi siaran wajib dijaga netralitasnya dan tidak boleh mengutamakan golongan tertentu. Isi siaran dilarang fitnah, cabul, penyalah narkotika obat terlarang, dilarang suku, ras, antar Isi dilarang merendahkan, melecehkan atau nilai-nilai martabat Indonesia, merusak internasional. isi yang berhubungan kegiatan di penyiaran harus kepada kode etik dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Setiap mata acara yang disiarkan wajib memiliki hak siar. Dalam menyiarkan acara lembaga penyiaran wajib menyantumkan hak siar harus secara karena oleh yang Lembaga wajib ralat isi dan berita diketahui terdapat dan kesalahan, terjadi terhadap siaran atau berita. atau dilakukan jangka kurang 24 berikutnya, dan tidak untuk ralat dilakukan kesempatan pertama serta mendapat perlakuan utama.

Lembaga radio menyimpan siaran untuk jangka satu setelah Disebutkan bahwa perilaku penyiaran dengan siaran beberapa diantaranya : hormat terhadap keagamaan, hormat hal kesopanan kesusilaan, perlindungan terhadap anak-anak, remaja, dan perempuan, penggolongan program dilakukan menurut khalayak, program bahasa Ketepatan kenetralan program berita, siaran langsung dan siaran iklan.

Bahasa Ada hal perlu oleh radio: Gunakan yang dipahami pendengarnya target jangan bahasa dalam kabar; tidak bentuk untuk arti terjadi kesalahan, bahasa eksplisit. itu yang penyiar mengudara bisa merupakan identitas sebuah stasiun penyiaran radio. Gaya bahasa siaran bisa misal terlihat pada sapaan kepada pendengarnya atau cara bicara yang disajikan.

Gaya penampilan Gaya atau lebih dengan Air Personality" identitas keseluruhan radio siaran, baik station call, bahasa siaran, slogan maupun segi teknik dan musik . Bagaimana Target Pendengar Mempengaruhi Format Banyak dilakukan menentukan program menarik tipe- tipe yang Upaya dilakukan adalah format-format mendekati khusus. format dasarnya pengaturan program musik, stasiun, dan komersial, suatu yang menarik untuk mempertahankan segmen pendengar yang dicari stasiun penyiaran radio .

Misalnya, sebuah yang nama Top 40" "CHR" contemporary hit radio) dari

rekaman-rekaman yang populer disajikan pendengar belasan tahun usia dua Dengan program bagus rekaman-rekaman ini, suatu stasiun penyiaran radio akan mampu menarik pendengar dari kelompok umur ini. Semakin banyak remaja dan orang dewasa muda yang mendengarkan stasiun tersebut, semakin banyak tersebut pengiklan ingin radio untuk target yang ini.

sekali yang disajikan banyak penyiaran radio, termasuk CHR yang disebutkan diatas . Format CHR ini merupakan versi yang lebih baru dan inklusif dari format Top 40, sedangkan lagu Adult Contemporary adalah lagu kontemporer 28 dewasa pendengar dengan modern. album-album rock atau AOR – album-oriented rock merupakan suatu format musik yang indah, dan musik klasik.

Juga terdapat yang seperti kontemporer urban, etnik, dan berita telah dalam bentuk, acara menyajikan berita, kemudian berita-perbincangan, dan bentuk- bentuk lainnya. Suatu yang adalah perbedaan format-format pada beberapa siaran. format lebih sekedar Rumusan membuat mungkin disebut produksi, personalitas, pembuatan program. Bagaimana komponen tersebut menjadi kedalam format, kepada keputusan dari stasiun radio bersangkutan.

ini biasanya sebuah persaingan cermat disuguhkan target pendengar harapan itu menyukai setia stasiun radio Format menjadi daya “ positioning yang menarik pendengar banyak. radio selalu format berkala. perubahan dilakukan biasanya akan lebih berpengaruh terhadap segmen demografi. Dalam lain, pendengar akan karena persaingan antara satu yang Oleh itu, akan berubah perkembangan perubahan pendengar seperti juga perubahan dalam kehidupan masyarakat.

Bentuk program yang populer Programmer harus memahami bentuk siaran radio sebagai pengetahuan. Dengan pemahaman bentuk maka radio dapat bagaimana itu diimplementasikan pendengar. terjadi proses yang maka dipertimbangkan menyampaikan dengan pula kemampuan pendengar untuk menerima isi pesan tersebut.

Ada beberapa bentuk program siaran yang sangat populer, antara lain : Program berbasis Siaran hiburan / musik Aspek siaran hiburan ini dalam program radio misalnya : Siaran drama, program musik, macam- macam program humor, quiz dan format siaran sejenis lainnya. Drama sebuah menceritakan melalui dan Pada meliputi : dengan atau dengan Sebuah dalam bentuk memiliki alur awal, dan Sebuah mencakup teknik kegelisahan sesuatu, dan cerita memberikan informasi fakta-fakta. atau radio bagus memikat pendengar.

Karena bukan gambar, harus dengan melalui Contoh tinju, dididramatisasikan radio bunyi teriakan atau riuhnya penonton, dan pukulan sarung tangan. Penjelasan perkelahian biasanya dilakukan dialog. drama urutan dan Walaupun dramatik produksi radio selalu komplis dari awal, hingga Paling harus penyelesaian pemecahan masalahnya.

bentuk dari cerita penyelesaian Berkata-kata sangat dalam radio alasan dimengerti. kata menentukan dan dalam adegan, menjelaskan sebagai darah keluar pelipis dilontarkan penyiar percakapan dalam sebuah sudut perkelahian. Alur cerita adalah bentuk kisah. Seluruh tindakan dan dialog harus : adegan tindakan dialog sesuai 29 alur cerita dan harus menguatkan pesan. Konflik dalam sebuah drama tidak harus selalu terjadi pada dua orang saja. Konflik dapat terdiri dari perjuangan seseorang untuk mengatasi pusingnya permasalahan.

drama radio suatu untuk pesan-pesan kepada . drama akan berhasil pendengar untuk dan menjadi tradisi bagian pendengar. Bentuk acara biasanya pemaparan yang dalam pendukung antara dan yang para dihadapkan resiko-resiko dimana bagian ini adalah bagian yang paling panjang dari suatu naskah sandiwara radio pada ini pula karakter pelaku matang. konflik puncak terjadi keseimbangan suatu dramatik.

antiklimaksnya penyelesaian yang memberikan pada yang dasar sandiwara Bahasa yang dipergunakan dalam sandiwara radio ini sebaiknya menggunakan bahasa yang digunakan oleh komunikasi masyarakat sehari-hari. Mengkaji sandiwara di bentuk drama sempat populer era 70-an 80-an. itu drama radio sedang booming, sangat radio rating spektakuler sisi pendengar, untuk drama "Saur yang pionir drama bisa pendengar penasaran terus untuk mengikuti alur cerita serial yang disajikan ini.

Setelah itu bermunculan pula serial lainnya , seperti : Gunung "Tutur "Satria "Butir-butir di " Nini ketiga drama respon radio seheboh "Saur Di pendengar muda kota Radio sempat serial radio Si kesuksesannya hingga ke layar lebar. Akan tetapi pada akhirnya secara perlahan dan pasti, drama radio berakhir masa keemasannya, satu persatu serial drama radio mulai ditinggalkan pendengar.

Musik implementasi radio, masih elemen yang dipertimbangkan sajian radio. musik yang lebih dari penyiarnya. di penyiaran dikategorikan Background Featured (lagu), Kewajiban director berusaha semua lagu, lagu kebutuhan akan Seorang director mampu memahami mengenali setiap : (Barat, Jepang, India, Mandarin, Perancis, Arabia), Era (1950-an, 1960-an, 1970-an, 1980-an, 1990-an, 2000-an), BPM Per misal High-Medium-Low, Musik Dangdut, Dance/ Disco, Tradisional, Jazz, Classic), (penyanyi pria/ Ritme melankolis, Genre Current, Oldest, Musik bagian dalam program Pada

umumnya radio musik siarannya berbagai rekaman musik: tape, maupun Stasiun radio **mengandalkan musik dalam tatanan program siarannya.**

Kategori musik Musik bahan penyiaran Rekaman-rekaman dalam tape disc mudah dan mahal. trend populer berubah-ubah seiring perkembangan Memperhatikan musik stasiun banyak berbagai musik : Modern Hardrock, Clasic Rock, Adult Rap, Country, Jazz, Latin, dll. kajian yang berkembang stasiun radio, dimainkan musik Urban, Rock., 30 Alternative, Pop/Dance, Jazz/Blues, 1980's, 1960's.

macam-macam musik misal Top Hits, Mood, At Party, Zone, Corner, Exercise, Cover pop simbol manjur untuk kepustakaan musik. Dalam siaran radio, program musik ini masuk kedalam semua tatanan program – hal ini berkaitan dengan musik, untuk dan imej radionya. Perlu juga citra station ditentukan oleh musiknya.

ini adalah musik diudarakan disukai membangun imej bunyi konsisten filosofi penyiaran menciptakan hiburan atraktif menjadi jual oleh sebanyak-banyaknya. Penyiaran musik setiap pada siaran memutar lagu band vokalis yang oleh director music setiap harinya materinya oleh pustaka Dari penulis sebagai praktisi penyiaran , di Indonesia tahun 70 hingga 80-an banyak stasiun radio dalam pemutaran lagu masih konvensional, penyiar yang memutar harus tanda tidak lagi penyiar Begitu penyiar dari yang memberikan tanda lagi agar tidak terputar oleh penyiar sore, begitu seterusnya.

Secara aplikasinya dimasa penyiar kebebasan memutar dari musik dimiliki oleh radio. Akan perkembangannya dalam lagu-lagu tinggal berdasarkan musik sudah dan oleh Director Music Lebih lagi era radio ini bisa dilakukan mesin alat untuk lagu enak pengudaraannya oleh dan bisa beat irama Jika secara manual lagu biasanya berdasarkan format yang semua jenis musik yang sesuai dengan profil pendengar yang dituju, mencakup juga lagu-lagu yang populer, juga lagu-lagu sudah atau di pendengar. Penyusunan beberapa baik otomatis dilakukan mesin (selector) atau manual.

Jika sebuah **lembaga penyiaran radio melakukan** dengan cara manual maka perlu pola irama yang menurut atau jam-jam siaran harinya, sebuah radio menyiapkan yang setiap harinya komposisi progresif beat. bertanggung untuk sesuai pola yang oleh radio. pemutaran tidak dari lagu sudah pada musik log dan hanya memberikan catatan. director music harus mengklasifikasikan irama yang akan disajikan. Tabel 3 .

Contoh Pola jenis irama lagu Jenis Irama Lagu (Kode) Keterangan L-1 SS (Slow-Slow)/Slow L-2 MS (Medium-Slow) / Agak Slow M MM (Medium-Medium) / Medium U-1 MF (Medium-Fast) / Agak Cepat U-2 FF (Fast-Fast) / Cepat Dalam musik lagu supaya terjadi pengulangan, tidak penyiaran harus lagu 30 agar tidak rapat.

Diestimasikan memiliki lagu lebih dari 324 . tersebut bisa berdasarkan musik misal Pop, Rock, Clasic 31 Adult R&B, Country, Jazz, Latidll.

musik sudah dipersiapkan musik) maka / hanya memutar Lagu harus setiap adalah lagu komposisi U2 ; (27); (106); L2(45); (37); Cadangan (57). lebih bisa pada contoh pola jenis irama lagu dibawah ini : Tabel 4 : Contoh ilustrasi Komposisi Pola jenis irama lagu Waktu

U2	U1	M	L2	L1	Cadangan (M)	Total
05-06	3	6	2	1	3	06-07
1	2	5	3	1	3	07-08
3	6	2	1	3		08-09
3	5	1	1	3		09-10
2	6	1	1	3		10-11
1	7	1	1	3		11-12
1	7	2	2	3		12-13
8	2	2	3			13-14
7	3	2				14-15
6	4	2	3			15-16
5	4	3	3			16-17
1	2	6	2	1	3	17-18
3	5	3	1	3		18-19
7	3	2	3			19-20
2	5	3				20-21
2	5	3	2	3		21-22
3	5	2	2	3		22-23
5	4	3	3			23-24
3						Jumlah
2	27	106	45	30	57	324

Beberapa format musik yang perlu diketahui sebagai wacana kepenyiaran musik radio adalah: Musik Populer Kategori luas bisa banyak musik Pada musik cenderung melodis lebih daripada rock. dan alat yang senar digunakan. adalah tipikal musik Banyak pilihan musik rock yang lebih lembut masuk kedalam kategori ini.

Musik jenis ini sangat berguna dalam pekerjaan-pekerjaan produksi karena sebagian besarnya adalah instrumental. Contemporary Hits Radio (CHR) Berkembang tahun versi dikenal TOP-40" sebuah yang merefleksikan menarik dari yang pendengar pilihan rekaman yang populer program lagu, dan penjualan Intinya TOP ini sebagai Pemutaran musik lagu baru, melebihi bulan menggunakan pengulangan, 32 Hot lebih on-air memancarkan energetic.

Contemporary Hit Radio ini menarik kelompok pendengar usia 12-24 tahun. Adult Contemporary (AC) ini umumnya lyang dan kembali koleksi lagu-lagu seperti Oldies. lagu-lrock, hot contemporary yang seperti jazz, dance, dengan beatnya yang didengar. bisa klasifikasi era AC kelompok pendengarnya adalah usia antara 25-44 tahun, walaupun memungkinkan juga usia 25-54 tahun mendengarkan format musik ini.

Adult Contemporary ini banyak digunakan oleh stasiun radio dan format dalam musik. antara Adult Contemporary dan Contemporary Hit Radio format kenyataannya oleh tetapi format AC mempunyai tingkat intensitas rendah dengan daftar lagu 3 atau 4 tahun kebelakang atau lebih dari 6 bulan Urban Format yang berciri khas Rap, R & B, Reggae, Hip-Hop, Hardrock, Soul dan desain musik khusus lainnya untuk menarik anak muda dan format ini biasanya sangat populer di kota-kota besar.

Rock Musik biasanya dengan drum gitar Ini ritme yang yang oleh drum bass Jenis rock lebih mutakhir efek-efek Pilihan rock lebih mungkin bagian yang paling sering digunakan dalam produksi penyiaran radio. Album – Oriented Rock (AOR) Ciri untuk pendengar muda. Rock variasi yang paling penting bahwa AOR ini cirinya adalah lagu-lagu Rock lama, dengan durasi yang panjang.

Lebih sekitar 70-an, menarik kelompok 18-34 dewasa laki-laki. musik banyak dan kurang. Stasiun radio Album Oriented Rock yang memulai konsep banyak rangkaian musik tanpa henti (non stop music). On-air personalities khusus tersendiri "Hip/Modern". Country musik dari penulis, ini Amerika stasiun yang berformat berada peringkat perolehan pendengar. di boleh jadi format ini bisa disejajarkan dengan "format dangdut".

Lagu-lagu Country, di Inonesia memang jarang diputar namun di negri asalnya Amerka Serikat banyak banyak didengar untuk menemani atau rumah. lagunya menggunakan yang menyentuh dan dekat dengan masyarakat yang mengungkap kritik sosial, cinta serta kehidupan lainnya yang umumnya ada di masyarakat. Segmentasi pendengar sasarannya umum dari yang muda dewasa.

pendengarnya pun sama di hampir semua radio-radio yang memutar lagu dangdut, jumlah pendengar (rating) cukup baik. Hal paling dari country karakteristiknya mudah i walaupun musik yang dan berbeda musik populer Gitar dahulu ciri musik namun hampir setiap kombinasi instrumen dapat dipergunakan. 33 Jazz musik dapat dari tarian dengan besar menjadi komposisi yang eksperimental. biasanya ritme sincopatik.

Jazz memiliki banyak kegunaan dalam produksi dan sangat berguna karena banyak jenis musik ini bersifat Semakin sifat musik semakin berguna walaupun mereka kadang-kadang bisa digunakan untuk efek suara. Klasik Istilah klasik merujuk satu musik spektrum lebih dipahami "klasik." klasik oleh Mozart. Baroque mendahului klasik dihubungkan Bach menciptakan melodi yang beragam.

Periode musik romantis kemudian mengikuti periode klasik dan dicirikan oleh Tchaikovsky kemudian Beethoven. kurangnya yang klasik terdengar walaupun orang musik sebagai konser. klasik berguna produksi, untuk membuat efek khusus. Oldies Konsep ini bisa secara Oldies lagu-lagu sekarang lagu-lagu dirilis atau tahun lalu. Kemudian oldies yang konsep rotasi semua rekaman oldies, Gambar 14.

Akar Musik dan perubahannya 34 1950's, 1960's, 1970's, 1980's, 1990's, atau 2000's. Disisi yang lain oldies ini sangat segmented, sebuah format yang berpusat pada periode 5 atau 10 tahun. Format lainnya sering dipergunakan stasiun adalah Oldies, Contemporary, Contemporary/Black, Age Easy and beautiful Country, of road/Big Jazz, Religion, di dikembangkan format (Klasik, dan Campursari, Keroncong, musik India, Etnik Konvensional, dan lain-lain.

Program Humor Bentuk lainnya sering yang dalam hiburan program humor, semua di

menyiarkan humor, ada sedikit stasiun serius program ini. Sebut misalnya Suara di Jakarta yang menghasilkan kelompok humor papan atas seperti : "Bagito" , "Empat sekawan", "Diamor" Atau dengan DKI", populer dari di radio, akhirnya sukses di lebar layar Memang menyajikan humor materi disampaikan diterima ringan, mudah dan memaksa telinga Selain siaran ini mengenal semua humor diterima kalangan baik muda maupun dewasa. Program Kuiz Siaran lainnya, penyiaran untuk pendengar banyaknya menggelar kuiz.

siaran memiliki elemen penyiar, hadiah, permainan-permainan udara. ini diselenggarakan interaktif langsung dengan pendengar pada saat pelaksanaan program siaran, atau mengirimkan pertanyaan melalui surat, atau Pemenang bisa hadiah-hadiah yang stasiun radio mulai dari bingkisan hingga hadiah spektakuler seperti : rumah, mobil, perjalanan wisata ke negeri, Pembawa atau yang quiz harus keterampilan yang untuk pendengar Pada umumnya pendengar radio menyukai program quiz, karena alasan ingin mendapatkan hadiah.

Program Berbasis Siaran Kata Aspek kata dalam radio : (Tajuk), Berita, Diskusi/Talkshow, Feature, Majalah Udara, dan format siaran kata sejenis lainnya. Materi yang diuraikan ini akan lebih baik menyampaikan satu masalah. Dimulai dengan kalimat yang menyentuh pendengar. pola sering program sisipan (insert Program). Wawancara Di bentuk wawancara berdasarkan pertanyaan-pertanyaan jawaban-jawaban seorang (interviewer) yang (interviewee).

Siaran bisa bentuk atau Selain pendengar bisa menjadi Pada acara harus yang Sebaiknya pewawancara tidak terlalu kaku pada urutan-urutan pertanyaan yang sudah dipersiapkan, pewawancara mengajukan lain diperlukan, jawaban diharapkan belum oleh diwawancarai. yang luas sangat pewawancara menyusun dan mengajukan yang Sebaiknya pertanyaan yang memberikan "ya" "tidak".

35 biarkan diwawancarai dengan jadi pewawancara mengarahkan mengendalikan tujuan yang Wawancara radio bisa dalam cara satunya wawancara suara dengan nara yang bisa oleh Sedangkan wawancaranya bisa informasi, maupun Seorang harus memisahkan antara dan agar mendapatkan yang tentang yang dibahas. Berita Berita menarik berita dapat perhatian Untuk sebaiknya berita dapat dan minat untuk mensukseskan acara tersebut.

Banyak definisi berita yang dibuat oleh pakar-pakar jurnalistik, secara umum berita sesuatu hangat, waktu menarik sejumlah orang dalam hal ini adalah pendengar radio. Berita yang baik harus disajikan sesuai kaidah 5 W dan 1 H. (Who-Siapa, What-Apa, When-Kapan, Where-dimana, Why-Kenapa, dan How-bagaimana). Supaya tujuan di

maka berita disusun dan singkat, kalimatnya dibuat pendek-pendek, bahasanya sederhana, dan tidak menyampaikan angka- angka akan pendengar, harus angka bulat mudah diingat. Hal yang diketahui nilai di adalah profesional digunakan menyeleksi, dan " Materi kata informasi.

sebuah penyiaran "News Values" bukan jurnalis tetapi menggunakan sebuah standar penyiaran radio yang bersangkutan atau yang disebut " House Style" dimana setiap radio memiliki kebijakan atau kode etik selain kode etik yang berlaku secara nasional maupun Bagi radio boleh memunculkan "news values" adalah "need" dari hasil produktifitas siarannya. Untuk menghasilkan kiprah "news values" penyiaran radio perlu dan potensi daya supaya terjebak kancah radio salah.

atau disadari kedepan diperlukan para praktisi penyiaran yang handal keahliannya dengan meningkatkan bakat, minat dan integritas, kemampuan kemauan menciptakan kerja Didalam "news values " kebenaran bisa lagi menduga Newsworthy events", menduga "Need/ demands of the consumers of news". terpenting kata bahwa "news values" adalah kalimat, frase penting respon pendengar isi dari agar "good nose" a good feeling " a good story".

usaha untuk membuat "news values" lebih spesifik, tetapi memang hal ini gampang-gampang susah untuk kedalam nilai, hal bisa perbedaan pengetahuan atau "stand point", " Assumption" "terminology". hal-hal bisa acuan anda (1) "news values" kejadian baru-baru ini tiba-tiba tidak perkiraan, dan (2) kejadian sering terjadi setiap saat tanpa menjadi berita yang bermanfaat, prioritaskan untuk dibuatkan cerita yang bisa ekonomi, industri, raga, luar dan menarik disekitar (3) cerita, dengan sentuhan konflik, "bad news", "News stories", dikemas perhatian dan "commensensical", "Entertaining", "Dramatic" atau bisa juga "Glamorous".

Diskusi / Talkshow Diskusi dilakukan berbagai misal : yang setiap dapat bicara setiap saat; kemudian dalam bentuk simposium yaitu memberikan kesempatan kepada setiap untuk presentasi dahulu didalamnya tanya jawab yang dan ; bentuk adalah yaitu resmi beberapa Pada disajikan bentuk seseorang, 36 wawancara dengan dua orang atau lebih, dan diskusi dengan tiga orang atau lebih.

Isi pembicaraan terfokus hal-hal dipercayai pendapat sumber seorang mengeluarkan atau seorang ketika Wawancara seperti juga mempelajari pengetahuan , sikap, atau pendapat pribadi yang diwawancarai atau nara sumber. Diskusi dilakukan dengan mengembangkan obyek dari berbagai pandangan. Sedangkan teknik data digunakan acuan sisi lain pembandingan obyek yang dari sumber Penulis atau biasanya materi-materi atau materi aktual ditempatkan pola bisa di tengah akhir. Seseorang atau kelompok

yang memiliki masalah, ia akan mencari solusi, ia akan memecahkan masalah dan akan dampak depannya apa.

Karangan khas atau ini tipe yang populer masih bentuk siaran yang pendengar kajiannya sesuatu krisis diinformasikan pendengarnya. "Features" radio berupa khas kreatif dan faktual, cenderung menyentuh human interest; ringan, menggugah emosi dan imajinasi, tidak obyektif, informasi memperkaya atas peristiwa, termasuk yang prolog epilognya. radio bisa sendiri menjadi acara, dapat menjadi dari lain, majalah acara acara dll.

mempunyai agar memberi mendidik, menimbulkan keharuan, menghibur dan memberi inspirasi. Format Wheel / Hot Clock Dalam penataan acara, kita akan mengolah elemen pendukung acara seperti misalnya, musik, kata-kata, stasiun, gaya dan acara dengan segmen yang Oleh itu jamnya harus elemen- elemen acara yang sudah direncanakan tertata dengan baik.

Mengolah elemen acara bisa dilakukan dengan kemasan " Hot Clock " atau " Format Wheel yang nantinya menjadi " roh " penyiaran dengan kemasan produksi yang khas dan berbeda dari sebuah stasiun penyiaran radio. Gambar 15. Ilustrasi jadwal dan hot clock 60 menit 37 Format yang kita dalam penataan , : insert berita, wawancara, sms, in, sport, tanya atau interaksi dan voxpops.

Gambar 16. Ilustrasi hot clock format news durasi 60 menit Sumber : Olahan Penulis, 2013 Format programming merupakan scenario dan setiap elemen mempertimbangkan bunyi komposisi berimbang. format dapat sebagai identitas ciri.

penting penyiaran agar mampu perhatian Pemahamannya sendiri bisa dengan pendekatan radio secara dan format (karakter khas : jurnalisme pendekatan komunikasi, kultural,, pendekatan dan gaya life Format pada akan citra radio merupakan dasar mencapai pendengar yang telah dirancang sebelumnya, serta memiliki kaitan erat dengan strategi segmentasi.

38 Pendekatan dapat dengan banyak maupun Dari waktu waktu munculnya format Penetapan harus mempertimbangkan pada materi sumber manusipotensi pendengar secara kuantitas maupun kualitas, sarana dan prasarana yang dimiliki radio, juga potensi prospek iklan sebagai target bisnis yang ditetapkan oleh lembaga penyiaran radio. Program Director di Penyiaran Radio John Lund bukunya The Radio Book – Programming & Promotion mengatakan " As PD , you must obsessed with ratings , sales and profitability.

The best ratings are those that can be sold to the market place. Train and reward your air talents : First-rate managers hire first-rate people ; second-rate managers hire thirt-radte people. When you're no 1, be your toughest critic. Anticipate market reaction before it happens.

(Sebagai PD, Anda harus terobsesi dengan rating, penjualan, dan kemampuan mendapatkan . dan para penyiaran : nomor akan orang-orang satu, nomor akan memperkerjakan orang-orang nomor tiga. Ketika Anda adalah nomor satu jadilah yang paling tahan terhadap kritik dan mengantisipasi reaksi pasar sebelum hal-hal yang tidak diinginkan terjadi) .

Tiga kerangka untuk kerja pengarah diantaranya adalah Monitoring (memonitor) mendengarkan penyiaran setiap setiap , dalam apapun memantau. Act (bertindak) Koreksilah penyiaran mungkin, peduli kesalahan-kesalahan dilakukan tim program. Create(mencipta) setiap muncul ide-ide untuk penyegaran, mendisain baru, kampanye masyarakat gress, program, merancang ide dasar iklan hingga implementasi dan mempelajari musik-musik yang telah diudarkan.

Involve yourself with your people(libatkan diri anda dengan semua karyawan anda), sering berdialog dengan tim kerja, bisa dimulai melalui berbicara tentang pribadi tetapi jangan bicara yang serius, Get input (cari masukan), masukan-masukan membangun datang mana doronglah tim mempelajari yang karena Be aware of the competition(selalu siapkan diri anda dalam hubungan dengan persdaingan atau kompetisi) , jika tidak terlalu memahami peta persaingan penyiaran radio, langkah yang dilakukan mencari yang untuk mendiskusikan memecahkan masalah, atau hal-hal yang berkaitan di bidang penyiaran radio.

Involve yourself in the community (Libatkan diri dalam komunitas), melepaskan dari dalam ini pendengar, karena jangan diri, bergaul perlu dari lain, selanjutnya kembali, menjadi pengarah yang idealis,dan . Be positive (Selalu bersikap positif), sikap akan moral, karena harus menjaga dengan positif, untuk kearah Share (Selalu mau berbagi) , merasa curah pendapat sangat untuk gagasan-gagasan rencana penyiaran radio.

Review your goal (Telaah ulang tujuan-tujuan anda) , setiap hari perlu mengecek apa sudah oleh kerja, dapat kontribusi tujuan telah Set an example (Berikan contoh) , memudahkan peranan program adalah contoh tim untuk kesalahan, produksi maupun kerja sudah oleh , hal adalah konsep-konsep pemimpin, dan Be Conscious (Selalu sadar akan biaya yang anda keluarkan / hemat) , motivasi tim kerja untuk melakukan kinerja yang profesional merata, menyadari perusahaan menghasilkan dengan membuang-buang dan dalam Do something (Lakukan sesuatu), hari, tim mengetahui

program , dan keseriusan serta kepedulian terhadap stasiun penyiaran radio.

39 Peran Music Director di Penyiaran Radio Tanggung utama music adalah pemutaran yang baik dari segi kuantitas maupun kualitas, sesuai dengan format radio yang telah ditetapkan. Melakukan analisa menyediakan yang mengenai dunia selera musik dan pesaing dapat musik senantiasa sesuai pendengar. sebagai dalam aktifiradio behubungandengan Membantu peningkatan pemahaman tim radio format yang ditetapkan perkembangan umumnya.

Seperti kita bahwa merespon radio berbeda-beda, karena ini bermacam-macam musik secara musik daya tarik Pada semua dari muda umur tahunan awalnya mendengarkan hanya mendengarkan Kekuatan sebagai alat tentang beserta adalah dinikmati hidup mempunyai abadi disukai Pernyataan disebut perasaan sebagai target umur spesifik musik. director memahami pula contemporary music station". berubah-ubah tujuannya menjadi atraktif terhadap segmentasi target pendengar.

Produksi Acara di Penyiaran Radio Keterampilan program adalah yang di penyiaran Tanpa ini, yang di radio dapat Tetapi saja tidak , program baik nilai bagi programming penyiaran Oleh itu producer seseorang menjalankan efek suara elemen yang dalam hasilnya didengar pendengar. Produksi ini sesuai radio untuk citra penyiaran radio. Perkembangan yang menarik pada masa sekarang ini iklim persaingan media radio semakin dimana kreatifitas berusaha menarik pendengar khalayak oleh itu penyiaran harus keras, dari membuat lebih dari lain.

memainkan dan kunci dalam sebuah penyiaran dihasilkan didengar bisa misalnya: program berbasis musik, berbasis talk atau berbasis khusus untuk pendengar tertentu" menunjukkan lembaga radio. yang kunci dalam membentuk pendengar adalah radio programming dalam air time lembaga penyiaran radio. Gambar 18. Radio Producer (Sumber : Olahan Penulis, 2013) 40 Programming memainkan untuk melalui kreatifitas dengan kreasi yang terhadap pendengar.

produksi secara dapat metode untuk mengkombinasikan sumber elemen menjadi produk yang Para radio sebuah penyiaran dapat fungsi Pimpinan yang dan yang komersial, bisa produser, yang penyiaran juga menjadi seseorang mengoperasikan peralatan siaran bisa juga menjadi produser. Pada penyiaran yang dengan produksi yang seseorang bertanggung adalah producer khusus beberapa komersial, public service announcement, talkshow.

stasiun dan jaringan memiliki producer khusus yaitu seseorang yang mengorganisasikan produksi program, atau beberapa kegiatan khusus. Kenyataannya, pertanggungjawaban

seorang producer tergantung kebijakan **lembaga penyiaran radio yang bersangkutan.** Lembaga penyiaran radio secara keseluruhan beroperasi sangat luas dan kompleks baik stasiun penyiaran yang hingga canggih, penting bagian adalah Biasanya dititik untuk dan komersial penyiaran : / yang kepada Secara menyeluruh seorang producer lebih dari sekedar membuat kreasi produk radio.

Untuk mahir ini, praktisi harus membuka memahami atau bila perlu menjalankan bermacam-macam kesempatan yang ada dalam kehidupan. Misalnya pengalaman aspek dan serta dalam implementasi sebagai producer. pencapaian ini akan diperlukan investasi waktu yang cukup sebagai proses belajar. Pahami dasar-dasarnya sebagai langkah awal.

Untuk menjadi benar-benar mahir dalam produksi program penyiaran radio syaratnya adalah komitmen profesional, dan memiliki petualangan positif. Produksi rekaman suatu yang digunakan kerja penyiaran untuk tunda atau langsung. Pelaksanaannya, dilakukan persiapan untuk waktu telah Perbedaan mendasar produksi dan atau on-air adalah produksi on-air kerja kali, ada kali untuk Sedangkan kerja rekaman, punya untuk beberapa unsur yang untuk mixing berbeda, untuk suatu dan memulainya lagi dari awal jika ada hal yang tidak benar.

Karena kemanfaatan rekaman ini maka produksi-produksi yang jauh lebih kompleks dilakukan dalam rekaman. melakukan narasi, macam suara, dan hampir mungkin sekaligus, akan hal lebih jika dilakukan studio karena ini dilakukan per dengan berbagai unsur yang dibagi dalam langkah-langkah kerja yang logis. Seorang acara mengambil keputusan suatu akan dilakukan atau Proses akan sebelum acara disiarkan.

Dalam perekaman produser menyiapkan komponen yang diproduksi Tetapi ini permintaan iklan produser menginginkan iklan dibacakan oleh atau dari suatu catatan khusus segmen tertentu didalam program unggulan stasiun penyiaran radio. Sedangkan talkshow khusus) yang dan tamu biasanya akan direkam sebelum acara diudarkan. Acara direkam beberapa diantaranya : tamu bisa langsung jadwal ditempatkan jam-jam tidak bintang 41 hadir Sedangkan, berita-berita yang penting direkam sedekat mungkin dengan waktu siaran, karena seringkali menjadi basi ketika berita berubah karena waktu.

Suatu program menuntut seorang tertentu, lebih baik merekam tersebut memintanya setiap siaran Pemikiran sama berlaku kebutuhan pengulangan produksi. Walaupun musik narasi pembukaan bisa live tetapi program acaranya adalah acara sekali tayang, merekam pembukaan akan jauh lebih baik jika harus diulangi setiap hari atau setiap minggu. Dengan melakukan suatu akan resiko kesalahan diudarkan.

producer sering sebuah apakah produksi dilakukan atau Suatu program menuntut seorang tertentu, lebih untuk penyiar atau datang waktu dilakukan? yang juga pada kebutuhan terhadap pengulangan suatu produksi Walaupun musik narasi pembukaan bisa live tetapi jika acaranya acara tayang, pembukaan jauh baik harus anggi hari setiap Dengan melakukan suatu acara akan mengurangi resiko terjadi kesalahan ketika diudarkan.

Merencanakan acara musik Dalam sebagai produser musik bertanggung dalam memilih yang dia Jika untuk yang jenis musik yang sama – country atau Barat, hard rock atau musik soul – tugasnya mungkin hanya memilih musik jenis tertentu yang sedang mengalami kepopuleran pada saat itu. Dalam kasus semacam ini, proses harus pertimbangan-pertimbangan Faktor dalam merencanakan musik mengetahui banyak yang dimainkan melanggar hak Pilihan seperti karya-karya mempunyai hak cipta. Karya-karya apapun mempunyai cipta dari tanpa untuk 28 setelah pertama dan diperbaharui Gambar19.

Lingkup kerja radio producer 42 tambahan waktu 28 tahun setelah masa berlakunya selesai. Jika tidak diperbaharui pada kadaluarsa periode atau 56 karya dianggap milik dan dimainkan oleh siapapun dan kapanpun. Satu hal yang harus diingat adalah bahwa pengaturan milik publik dilindungi hak Oleh itu, stasiun radio harus bahwa yang adalah milik asli boleh menurut lisensi perwakilan hak dalam ini label pruduser lagu selanjutnya menentukan acara membuat Disinilah imajinasi, menghibur, pengetahuan selera masuk penyiaran radio.

dan siaran ketersediaan pengaturan keseimbangan jadwal, dan kompetisi semuanya dipertimbangkan. Berikut ini beberapa hal yang menjadi perhatian dalam acara 1). pendengar memperhatikan dan komentarnya, programnya apa Untuk program hiburan ?, apa yang akan menarik perhatian pendengar ? , Pengaruh suatu ide acara yang imajinatif dan cerdas atau pencarian ide yang familiar dan sesuai juga harus diketahui; 2).

Apakah program tersebut harus berlangsung kontinyu, waktu ?; Apakah acara keragaman karena yang ekstrim perlu, perlu perubahan dalam emosi gaya instrumentasi, tunggal, grup, dan tempo 4). program perlu nada ? 5). yang dengan musik pada kedua jika setiap sekali? acara bagus dikembangkan untuk disiarkan pada siklus 13 minggu pertama dan bahkan mampu melewati 13 berikutnya.

sebenarnya program adalah yang dalam dua tujuh Yang adalah harus elastidan terlalu membatasi pada pelaksanaannya. 43 M enurut besar Indonesia. adalah yang atau penyeru radio. M. Habib Bari bukunya "Teknik dan Komunikasi Penyiar Televisi-radio -

MC Sebagai pengetahuan praktis" pengertian: penyiar seseorang bertugas (syiar) atau yang akurasi menggunakan yang untuk oleh pendengarnya, dilaksanakan, dituruti, dan dipahami".

Chester, Garrison, dan Willis, dalam bukunya " Television and radio" mengatakan bahwa penyiar dalam sebuah stasiun memainkan banyak peran. Pada penyiar juru stasiun siaran. tugas setiap harinya, penyiar juga mempunyainya. Dalam hal ini penyiar seorang yang pekerjaan bidang menyajikan produk , berita informasi,, pembawa diskusi, dan suara peran atau narator.

dasarnya orang jadi penyiar radio, dengan syarat "tidak bisu". Untuk mengopti perlu hal-hal dalam seperti disebutkan filsuf Aristoteles yaitu : "Science (Ilmu Pengetahuan)" , "Art (Seni)", dan "Skill (Keterampilan)". Karakteristik Penyiar Penyiar terkadang dideskripsikan menjadi seseorang yang ideal kehangatan kasih memiliki humor, punya saling teman yang selalu menemani dengan baik, dapat dipercaya, memiliki rasa percaya di optimis.

Coba Anda pikirkan, misalnya seorang salesman yang menjual suaranya dengan menawarkan barang-barang kita melihat seperti diri, rasa dan tetapi pembeli mempercayainya. bisa karena yang tawarkan sedikit menawarkan tersebut. bagaimanapun itu, rasa percaya diri, semangat dan optimis adalah indikator dari emosi diri. Emosi lebih refleksi manusia terpancar pembicaraannya.

yang terjadi boleh terlibatnya memberi dan sayang hubungan Sebuah bahwa humor menimbulkan serta kecerdasan dapat membuka wawasan baru. Mai Pada penyiar harus bermain Peran dilihat dengan yang karena emosi berlebihan menyebabkan penyiar monoton berdampak minat Itulah penyiar tidak hanya rasa diri, dan Karena atau Radio Announcing 4 44 tidaknya program oleh reaksi Air sebuah akan jika terus oleh praktisi karena ini dengan yang dicapai stasiun radio dampak ditimbulkan masyarakat. Selain penyiar berkonsentrasi peran-peran dimainkan upaya kelangsungan personality dibangun stasiun tersebut. Earl R.

Wynn bukunya "Radio Broadcasting" yang oleh Robert L. Hilliard mengatakan : di hanya : manusia berbicara, musik bunyi Pendengar dapat bagaimana ilusi seolah- olah nyata, dengan imajinasi pendengar melalui variasi aspek bunyi.

Melaksanakan siaran di radio adalah banyak dan dalam imajinasi Sebagai contoh penyiar yang matang adalah suara yang penuh resonansi dan hati-hati ketika berbicara itu biasanya yang terekam dalam imajinasi pendengar. Selain itu pendengar tidak ada batasnya untuk berimajinasi penyiar siaran didengarnya. karena seorang harus memiliki

suara yang enak didengar sebagai bunyi dasar suara dan berbicara.

Syarat Penyiar Syarat menjadi penyiar dibawah ini: Mempunyai kualitas vokal yang memadai Dalam penilaian suara memadai tidak sangat bergantung kepada penilaian pendengarnya. Oleh karena itu merekrut penyiar harus hati-hati apakah penyiar memiliki dicocok segmen atau tidak. jika bersegmen diolah vokal gaya muda, tentu hasilnya optimal dipergunakan meraih dewasa.

juga Paling adalah seorang mampu jenis suaranya sehingga sesuai harapan perencanaan program dan harapan pendengar. Mampu melaksanakan 'adlibbing' dan 'script reading' dengan baik Kelancaran yang alami adanya, dibuat-buat, jernih, akan banyak dipengaruhi oleh wawasan yang luas dan latihan-latihan khusus.

Ol penyiar memiliki dan menganalisa kondisi berbagai aspek, pandangan politik, budaya bidang yang dengan Selain harus pula dari yang dibicarakan, dampak yang fatal stasiun maupun dirinya hal bisa dengan limenjadi f. Kemampuan naskah adalah diperlukan. Hindari kesalahan membaca hanya gara-gara tidak pernah berlatih membaca karena kebiasaan improvisasi tanpa naskah.

Memahami format radionya dan format clock Penyiar memahami radionya. disini merupakan pokok atau program diarahkan pendengar Dengan format radionya memahami station positioning" mengacu tampil dengan stasiun untuk loyalitas penetrasi yang mendalam. Penyiar harus memahami "need and want"-nya pendengar. Dalam menjalankan format setiap stasiun akan log atau siaran memuat siaran setiap waktu.

Dan format clock tersebut adalah perintah kerja mulai dari playlist, sistem rotasi iklan, expose, stasiun / atau waktu para Log ini bahan bagi atau yang dikerjakan, log siar ini adalah penjabaran secara rinci dan mudah bagi orang yang bertugas. 45 Memahami secara mendalam segmen radionya Penyiar memahami mendalam radionya target pendengarnya, penyiar harus tahu pasti siapa pendengarnya: pria/wanita; umur; pendidikan; pekerjaan tingkat bulanan tangga, tinggal, maupun apa yang mereka butuhkan dan mereka sukai.

Memperlihatkan simpati dan empati terhadap pendengarnya Penyiar bisa maksudnya upaya secara sebaiknya bisa rasa dengan harus berpikir sudut pendengar atau berempati. Mampu menghasilkan gagasan-gagasan segar dan kreatif dalam siarannya Seorang perlu seorang agar tertarik setiap siarannya menghasilkan atau segar selalu memunculkan hal-hal baru sesuai kondisi atau trend yang berkembang.

Mampu bekerjasama dalam tim Penyiar memiliki bekerja dan pengertian, dan saling mengingatkan, untuk menghasilkan output siaran yang berkualitas. Tinjauan sisi atau pengetahuan, sebuah yang dari seseorang mempunyai menjadi radio terus dan cepat Misalnya, memahami komunikasi radio model-model komunikasi apa saja yang berkaitan dengan medium radio ini. Kemudian pahami pula karakteristik medium dengan kekuatan kelemahannya.

pula menulis radio menulis sangat melakukan Selain akan sangat ketika ar membuat sendiri setidaknya mengoreksi tulisan lain kepentingan siaran. di akan berbeda media cetak. yang dipelainya bagaimana didepan mulai dari gaya bicara hingga kualitas suara yang perlu ditampilkan. Penyiar perlu memahami dan kerja atan seperti console"; player", "Tape "Turntable, dll".

memahami consule penyiar mengetahui bagaimana Setelah pendukung dimengerti jangan tingkatan pengetahuan sosial, budaya, ekonomi, lain untuk materi dari aspek kehidupan dari "Art", setiap memiliki tersendiri, baik bicara keindahan. karena seorang harus tampil ketika melakukan siaran sehingga bisa menarik perhatian pendengar. Jadilah anda dan menjadi lain.

seladalah " Skill" keterampilan, hal mau mau, tidak dalam optimalisasi pencapaian kepenyiaran perlu akukan secara menerus menjadi kebiasaan. Jika sudah terbiasa maka proses selanjutnya adalah meningkatkan hal-hal lain yang berhubungan untuk menjadi penyiar radio profesional. Sekalipun menjadi buta hanya aliusuara, suara sebuah penting.

Sculberg dalam " Radio Advertising-The Authoritative Handbook " "Para psikologi menyimpulkan memori berdasarkan aspek pendengaran pada manusia ternyata jauh lebih kuat dari ingatan yang didapat dari atau penciuman. manusia suara, langsung ke otak, rata-rata sekitar 140 mili detik. Respon terhadap cahaya – kata-kata dan gambar – adalah 180 detik.

respon 40 detiini waktu gambar diteruskan menuju bagian aural di otak untuk mendapatkan proses identifikasi sebelum gambar ini bergerak dan masuk ke sistem penerimaan visual di otak". Lebih lanjut dikatakan juga oleh Chantler dan Harris bukunya Local Radio Journalism" "Radio medium untuk imajinasi. Pendengar selalu mencoba untuk berimajinasi terhadap apa yang didengar dan apa yang 46 dijelaskan. ini emosi. dalam tidak oleh sebuah layar.

Ukuran mereka adalah menurut apa yang diinginkan. Untuk kesuksesan penyiar berkreasi di biasanya dilakukan tahapan apan matang memahami penulisan di Mengacu

Walters bukunya Broadcast writing ada hal yang dalam is: Kata-kata digunakan dan hanya dan tidak 2). disajikan pendengar sekali.

ada bagi pendengar mendapat pesan, Biasanya umpan dengan segera oleh karena itu ada bagi pesan merubahnya proses 4). jumlahnya berasal banyak kelompok kecil atau individu- individu pada masing-masing lokasi penerimaan. Gough, bukunya Perencanaan Penyajian Produksi – Program Radio yang diterjemahkan Ari. R Maricar, Herry Koesmiharto, dan A.

Rani, menyebutkan pokok menulis untuk radio adalah : TULIS untuk TELINGA bukan untuk MATA, TUTURKAN...bukan BACA Lebih lanjut Gough menyebutkan ada 4 (empat) kunci penuturan 1). itu oleh itu sastra Program tidak sempurna. itu idiomatic. itu PERBINCANGAN. 2). Program itu dari akrab. itu piyang Program ANDA SAYA. Program sekali dengar : oleh karena itu, program harus SEDERHANA dan harus bisa dimengerti ketika pertama kali didengar.

itu suara: karena semua harus dengan kata-kata bunyi bertutur orang Penulis terkadang sulit bahwa berupa yang tidak oleh karena suatu yang dalam apapun, harus daribentuk ke lisan. menjadi mengenal bentuk lisan tuturan ini, pemula membaca dengan Apabila dalam biasanya akan mengalami masalah ketika disiarkan, terlebih-lebih disampaikan dengan gaya siaran yang buruk. Harus selalu ingat tentang perbedaan antara karakteristik penyiaran dan media cetak.

Materi bisa kapan oleh individual, ada kurang bisa kembali dianalisa Pembaca hal bisa pesan diterimelalui mata otak. penulis siaran baik gagasan kecepatan Jika tidak mengikuti itu kecepatannya, untuk alasan apapun, dia akan mematikan acara. Agar berkomunikasi efektif pendengar, san radio ingat berbicara mereka individu-individu, kasual percakapan tidak gaya yang digunakan khalayak yang dalam lokasi tertentu.

Penyiar Dan Proses Komunikasi Model Aristoteles Salah model yang hubungannya komunikasi siaran model klasik dimana adalah: Pembicara dalam hal adalah kemudian termasuk di (mesage) dan siaran serta (listeners). komunikasi memang sederhana ditinjau perspektif masa ni. Aristoteles tidak unsur-unsur seperti : saluran, umpan balik, efek, dan hambatan komunikasi.

47 Dari perspektif komunikasi persuasi terhadap dalam radio, dioleh **Siapa Penyiarnya (etos-Keterpercayaan penyiar** bidipercaya tidak, Argumen Penyiar pendapat cara atau penyampaian siaran, bagaimana memainkan emosi pendengar khalayak). kata faktor-faktor memainkan dalam efek suatu akan : siaran, sidan penyampaian penyiarnya. **Jadi mengikuti pemikiran Aristoteles ini bahwa model komunikasi siaran difokuskan**

terjadinya yang dimana radio membujuk pendengar untuk menerima siarannya.

Gambar 22. Model komunikasi klasik Aristoteles (Sumber : Deddy Mulyana, M.A, Phd., "Ilmu Komunikasi-Suatu pengantar") Bahwa penyiar radio itu menjadi diminati oleh pendengar, karena persuasi melalui mereka disiaran ke keadaan Jadi harus menyadari persuasi siaran akan dipengaruhi pula oleh peran pendengar.

Model SMCR Dari komunikasi yang penulis tambahkan model komunikasi ada dengan siaran o model (Source- Message-Channel-Receiver). and mengungkapkan "Berlo's model does not record the flow communication, though the assumption must be that it is conceived as linear - in a line from Source to Receiver. Both Feedback and the interaction of elements are implied rather than made explicit. In a successful act of communication.

Berlo's model suggests, the skill of source and receiver must, to a considerable extent, Match each other. The same may be said for attitudes and values; and knowledge must be acknowledged. The model rewards analysis and testing out, especially its elegant portrait of the message".

(Model Berlo's tidak ada catatan aliran komunikasi, asumsi yang pasti sulit dipahami seperti garis – dalam sebuah garis Kedua elemen umpan balik dan interaksi adalah dinyatakan secara tidak langsung dari pada dibuat jelas . Dalam sebuah kesuksesan ti dari dan harus sebuah pertimbangan, satu lain. dinyatakan sikap, dan Model penghargaan pengujian, dari Aplikasinya siaran model ini, Penyiar Pendengar dipengaruhi keterampilan sikap, sistem sosial dan budaya.

Pesan siaran dikembangkan berdasarkan elemen, struktur, i dan Salurannya dengan khususnya Kelebihan model tidak pada publik komunikasi tetapi komunikasi antarpri Memperhati adalah Penyiar. M adalah Message yang berarti pesan, pada tingkat konseptualnya adalah materi siaran, isi Siaran. C adalah Channel artinya saluran atau media , pada tingkat konseptualnya adalah Radio Siaran) R receiver atau komunikan berarti Listeners (Pendengar).

48 Model Lasswell Model komunikasi yang dikemukakan oleh Harold Lasswell pada buku " A Dictionary of Communication and Media Studies " yang ditulis oleh James Watson dan Anne Hill , yaitu : Who Says What In Which Channel To Whom With What Effects ? Model lebih kepada khusus bertanggung melaksanakan fungsi korelasi, misalar radio membantu mengkorelasikan mengumpulkan orang-orang informasi Pada Lasswell pun semua kasi dua dengan aliran lancar umpan yang antara (Penyiar) penerima jika dalam siaran adalah (Who-komunikator/Penyiar merangsang mengenai pesan, unsur

(Say What- pesan/ untuk isi radio), komunikasi In which channel- dalam media Unsur (To whom Receiver/ dikaitkan analisis dan pengaruh With what effect Influence/ yang pesan komunikasi pada pendengar).

Model AIDA Sedangkan Model AIDA , untuk tahap-tahap dasar penyiaran radio adalah : A - menciptakan perhatian; I menimbulkan D meningkatkan mempromosikan atau keingi A merangsang atau terhadap tindakan. Bovee Thill mengatakan " One specialized version is the AIDA plan, which has four phases : (1) attention, (2) interest, (3) desire, (4) action.

In the attention phase, you convince the audience right at the beginning that you have something useful or interest to say, The audience wants to know, "what's is in this message for me ? " In the interest phase, you explain how your message related to the audience. Continuing the theme that you strated with, you paint a more detail picture with words.

Your goal is to get the audience thingking, "This is an interesting idea;could it possibly Gambar 24. Model SMCR (Sumber : A Dictionary of Communication and Media Studies, James Watson and Anne Hill) 49 solve my problem ? In the action phase, you suggest the action you want your audience to take.

All persuasive message end with a section that urges specific action, but ending is more than a statement such as " Institute this program as soon as possible" or " send me a refund" . In Fact, this section offers a good opportunity for one last reminder of the main benefit the audience will realize from taking the action you want.

The secret of action phase is to make the action easy. (Satu kekhususan versi dari perencanaan AIDA, yang mana memiliki empat tahapan : (1) perhati (2) (3) atau , Tindakan. tahapan Anda pendengar benar awal anda sesuatu berguna menarik untuk Pendengar mengetahui, Apa pesan saya Pada tertarik , menjelaskan pesan dengan Melanjutkan yang mulai, menggambarkan detail kata-kata. Anda untuk mendapatkan pendengar.

Ini sebuah yang ; ini dapat masalah ? tahap anda tindakan anda ingin mengambiSeluruh persuasif diakhiri sebuah mendorong tindakan spesifik, tetapi bagian terakhir adalah lebih dari sebuah pernyataan seperti : "Adakan ini segera" "kirim saya i". kenyataannya, an ini sebuah baiuntuk pengingat dari keuntungan yang akan oleh dari yang sesuai anda nkan. dari tahapan tindakan ini adalah membuat mudah bertindak).

Karakteristik Radio Book, D.Cary, Tannenbaum bukunya The Radio & Television

Commercial beberapa karakterio : Terdapat dimana-mana Terdapat setengah pesawat Dari penelitian bahwa persen berada rumah, tempat rambut, di Radio-radio berada mobil truk sekitar jutaan. radio yang berjumlah berada bahkan kegiatan raga sedang secara Terlebih, seperti cetak, tidak diabaikan.

anda dalam dengar radio sedang anda mendengarnya anda menginginkannya ataupun tidak. Bersifat memilih Geografi, demografi, dan keragaman program stasiun radio membantu pengiklan menetapkan target pendengar. Fleksi regionalatau Dapat setiap di atau hari.

pengiklan memilih berbagai stasiun baik maupun masing-masing format yang Semua musik dewasa, black oldies, forty, musik ddle the (MOR), acara etnik, bahasa Keragaman semacam ini memungkinkan untuk "berbicara" secara langsung pada prospek-prospek. Ekonomis Dalam minggu, dapat sembilan pendengar berusia 12 keatas. yang 18-tahun mendengar radio hampir setengah sehari. pengiklbiasanya mempercayakan kombinasi efektif jangkauan frekuensi biaya relatif per pendengar.

Sendirian atau dalam bauran dengan media lain, radio bisa secara efektif membantu memperketat anggaran Spot dijadwalkan sesedikit sebanyak sebagaimana ditentukan sasaran anggaran. ekonomi lain: radiorelatif mahal. Semua pesan bisa dihasilak dari sebuah lembar fakta spontan atau naskah yang digunakan oleh penyiar langsung, atau produksi yang dengan menggunakan musik, efek pengisi suara. 50 Cepat Jika kebutuhan, dapat produk diudarkan hitungan Spot menggunakan suara, atau dan suara diulangi direkam, di-dubbing, kemudian dalam hari.

ini menguntungkan pengiklan memerlukan radio media dalam keadaan-keadaan darurat. Bersifat partisipasi Rasa dan pada stasiun tertentu, pendengar, mengembangkan sebuah rasa keterlibatan. Radio membutuhkan imajinasi. "cerita-cerita" komersial tidak pada dan Efek-efek dan secara menciptakan sebuah Deskripsi dialog menarik yang oleh dan dapat baik sederhana.

Pendengar imajinasi mengisi radio. atau dari radio ini digunakan dapat oleh pengikreatif biiklan mempersiapkan dan menyiarkan komersial-komersial yang dapat menjual. Sedangkan Weinberger, Campbell, Brody, bukunya Effective Radio Advertising menyebutkan kekuatan radio, diantaranya adalah: Jangkauan Radio adalah medium yang ada dimana-mana, orang menggunakannya dimana saja. Beberapa ahli iklan sebagai yang dimana-mana" medium selalu dengan sejak tidur pagi sampai pergi di malam hari.

Radio menjangkau pendengar dimana-mana. Kemampuan untuk menjangkau sasaran

tembakan Radio memiliki yang untuk target mencapai yang spesifik. bisa untuk orang pada mereka, mereka minat mereka, bahkan sifat mereka. target dengan iklan-iklan beberapa radio yang pada yang atau mengkonsentrasipada bagian negara yang berbeda.

Hemat biaya Radio menjadi yang efektif Biaya sebuah atau yang Ketika menurut per ribuan radio secara konsisten berada diantara media-media yang paling efisien. Frekuensi Radio juga disebut sebagai "medium frekuensi sangat tinggi dalam waktu yang sangat singkat. Daya cipta atau kreatifitas Radio pengiklan menetapkan gambaran yang terbatas.

ahli menyatakan "keajaiban" memungkinkan untuk imajinasi karena merangsang suatu teater pikiran." gambaran yang olradio dibatasi batasan yang pada televisi. memilikikemampuan merangsang perkembangan visual yang hebat dan pendengar imajinasi untuk gambaran mental sendiri. gambaran proses digunakan untuk mengembangkan " gambaran-gambaran dalam pikiran mereka ".

Rangsangan yang diterima oleh lima memungkinkan untuk proses yang pada gambaran-gambaran dibentuk pengalaman sendiri." karena pikiran 51 dan yang selalu dengan hidup pendengar cara mereka lingkungan Ada yang bahwa yang pikiran dapat mengarah pada ingatan pesan dan penerimaan informasi yang terkait dengan produk karena pendengar radio mengingat produk pengiklan menurut suatu cara yang benar-benar sesuai pribadi mereka".

Karakteristik menulis di Radio Karakterigaya siaran paling harus dengan digunakan oleh media cetak. Gunakan gaya yang lebih informal dan suara lebih spontan. Indera pendengaran: telinga, bisa mudah gaya lebih abstrak formal yang dalam besar media Gaya memerlukan banyak dan dari yang dilakukan Sebaliknya naskah terlihat bicara spontan.

dalam "Broadcast "menyebutkan karakteristik gaya aural berikut ini memberikan impresi dan kejelasan dalam menulis untuk radio: Bahasa yang Baik Akurasi ketepatan pilihan anda tanda yang Jika hanya kata tepat makna anda dan anda bahwa pendengar anda kenal dengan kata tersebut, maka gunakanlah. Sebaliknya, jika kata tersebut akan sulit dimengerti oleh pendengar , anda harus menulis kembali naskah anda dengan cara yang Struktur dan perlu aturan bahasa.

radio tersesat apa mereka adalah yang disajikan dengan yang dimengerti. kesalahan terjadi anda begitu Ketika menulis, kembali naskah dengan untuk kata tata Kamus baik membantu anda mengembangkan ketepatan. Kosakata Terbatas Gaya tulis biasanya

menggunakan lebih banyak kosa kata daripada gaya aural. Kosa kata baca tulisan umumnya kali besar kosa lisannya.

yang yang sumber tidak kenal Pertimbangan dalam kata bahwa yang harus kejelasan. Kosa kata tidak boleh membuat pendengar menjadi bingung. Kebingungan, sebentar, membuat kehilangan bagian Sebagai dia akan atau mengikuti dan mematakannya, secara maupun dengan kan memindah saluran, mematikan Oleh itu, harus kata-kata dikenal oleh pendengar.

Hal ini berarti menggunakan kosa kata yang terbatas untuk penulisan sebagian naskah terutama anda naskah ditujukan pendengar yang sangat luas. mencapai mungkin tanpa isi penulis harus kosa yang angung terbatas. kalimat menunjukkan suatu yang berkali-kali petunjuk maknanya, atau paling tidak keseluruhan makna pesan ditentukan oleh akurasi bahkan tanpa mengetahui setiap dalam pernyataan. penulis tidak harus menonjolkan karakteristik ini. Sebaliknya, hindari penggunaan "kata-kata besar" ketika kata lebih dan bisa pemikiran sama.

penti dalam ini menghindari yang biasa abstrak. Strunk, ahli gaya Amerika, menyatakan bahwa : "cara terbaik untuk menarik perhatian adalah dengan menulis secara spesifik, jelas, dan konkret". 52 Baik : "Periode cuaca yang tidak menyenangkan sedang terjadi Buruk : "Hujan turun setiap hari selama seminggu Baik : "Dia kepuasannya mendapatkan yang setimpal" Buruk : "Dia tersenyum ketika mengantongi uang Ketika menjadi berpengalaman, akan selera kata dirasa abstrak membuat percakapan baik.

juga bahwa kata anda harus dengan Pendengar lebih terpelajar akan mengerti, dan berharap untuk mendengar, kosa kata yang lebih luas dan lebih tepat. Kata-kata yang Deskriptif, Konotatif, dan Kuat Seorang yang terhadap akan kata-kata memiliki nilai yang Kata-kata sugestif menimbulkan dalam pikiran dan imajinasi Mereka warna, dan kehi Mengatakan "Pikiran mengertimasalah cepat" mengandung yang namun lebih dengan mengatakan "Pikirannya bisa menembus inti" Kata menembus memiliki makna denotasi gambaran yang menembus dengan yang terjadi namun memberi nuansa perasaan tentang kejadian itu.

Penggunaan deskriptif penting menulis radio, tidak bantuan terhadap Kata-kata frase yang terseleksi membantu membuat pikiran rangkaian drama atau Gaya juga oleh yang nilai suara tinggi Penuliseharusnya onomatopia, penggunaan yang terlihat menjelaskan maknanya. Gunakan kalimat aktif Dalam sehari-hari, seringkali susunan aktif. tujuan adalah membuat penyiaran seperti maka aktif juga bagi besar siaran. adalah pasif.

aktif bersifat dinamis, kuat; membuat iklan berita lebih Kalimat pasif hanya bersifat pasif,

ia membutuhkan lebih banyak kata-kata. Kata kerja menjadi aktif jika subyeknya melakukan kegiatan: v Polisi itu menangkap penembak jitu v Presiden General Motor dan Toyota menandatangani persetujuan bersejarah hari ini Penggunaan ganti pertama kedua naskah lebih atau lebih dan bersifat daripada penulis kata benda atau kata ganti orang ketiga.:

53 Jika Anda memiliki masalah menemukan hadiah istimewa untuk tahun ini, Saya memiliki beberapa nasihat... Kami akan masuk untuk cuaca dingin... Sebagian kita mengindahkan begitu saja bahaya matahari terbit setiap pagi. Tentu setiap gaya terlalu digunakan, jenis-jenis tertentu beradaptasi mudah penggunaan ganti daripada lainnya, sebagai umum pendengar lebih ditangkap cerita terlihat pendengar Penggunaan anda kami kata orang menunjukkan keterlibatan ini.

Warga Amerika telah memilih banyak presiden yang buruk, Tetapi kongres umumnya menghalangi mereka merusak negara ini (Warga atau para presiden itu ?) Gunakan kalimat-kalimat sederhana Kalimat-kalimat kita lebih daripada yang tulis, untuk gaya percakapan umumnya konstruksi sederhana. Satu bagi penulis adalah keterangan tepat. Jika ditempatkan tidak pendengar dengan menjadi Janganlah kalimat frase klausa panjang. memperhatikan terlebih tanpa referensi ide yang seharusnya mereka rubah.

Coba bacalah contoh berikut, dan anda akan dapat melihat masalahnya. Sekarang 68, perak, dengan mad pensiunan atlit palinterkenal, DiMagadalah yang dipercaya oleh para penulis dan perusan penerbit Pendengar dapat siapa sedang sampai belas pertama kalidak ada dengan utama imat Mulailah "Joe DiMaggio sangat dipercaya....." Seringkali terbaik menghilangkan pembuka menggantung dengan memulai kalimat dengan pikiran utama.

Interjeksi yang panjang ditengah kalimat diantara subyek kata juga menimbulkan Pada klausa dan interjeksi harus ditempatkan di bagian belakang kalimat. Mungkin yang terbaik adalah menuliskan mereka dalam kalimat lain. 54 Buruk : Suatu komputer uk sidik yang tahun oleh San kemarin penangkapan tersangka fatal seorang perempuan di distrik Parkside enam tahun lalu.

Baik : Sistem terbaru menyelidiki jari tersangka di Fransisco Komputer mengidentifikasikan jari laki-laki tertangkap tuduhan fatal tahun di Parkside wanita. telah berusaha sistem pencocokan komputer tersebut. Gunakan bahasa benar menggunakan sederhana lengkap. Namun pada saat-saat tertentu anda bisa menggunakan penggalan-penggalan kalimat.

Kami telah menekankan "percakapan" kami berbicara kalimat-kalimat dengan kata

dalam kalimat. berita dalam penggalan atau fragmen. Serangkaian item yang diungkapkan dalam frase paralel lebih baik dibuat menjadi fragmen, untuk menghindari kata kerja yang diulang-ulang. Gunakan lebih sering kata-kata transisi dan petunjuk suara lebih sering. Tulisan yang dimaksudkan untuk mata seringkali menggunakan tanda baca, yang merupakan tanda untuk menunjukkan struktur dan penekanan. Kita membuat paragraph dalam naskah untuk menandai tahapan pikiran, kita tanda dalam untuk memperjelas kalimat.

menggunakan miring tebal membuat kata tertentu terl Untuk hal sama naskah pendengar dengan tiga petunjuk: transisi, dan suara. kelompok transisi berhubungan urutan/sekuensi Termasuk adalah kemudian, masiberikutnya, dan terakhir. kemarin, minggu dan Kata-kata ini akan sangat membantu dalam menyusun suatu naskah beri peristiwa jelas untuk peristiwa Kata-kata lainnya menunjukkan sebab dan akibat atau hubungan semacam – misalnya karena, untuk, dan karena itu. Kelompok lainnya membuat yang dalam namun, sebaliknya, dan tetapi.

juga penghubung: dan, juga, sebagai tambahan. menggunakan kata-kata karena penulis menggunakan untuk kalimat kompleks dimana sebenarnya dua kalimat sederhana yang berbeda adalah lebih baik. Perubahan infleksi juga para dan untuk petunjuk suara bagi pendengar. Hal-hal ini sangat membantu dalam memberikan penekanan pada kata-kata frase dalam naskah.

dapat dalam dimana suara dengan symbol bahasa standard dengan menggunakan garis bawah untuk menunjukkan penekanan Infleksi harus ditunjukkan oleh "suara" – atau Coba kalimat dimana dalam penekanan dan kemampuan untuk maksud penulis: Presiden menekankan bahwa perdamaian 55 v Penekanan pada kata presiden – menekankan kredibilitas sumber v Penekanan kata menekankan membuat tindakannya kunci kalimat v Penekanan kata – negara digunakan tujuan lain, bukan tentara Amerika v Penekanan kata perdamaian mungkin kebalikan membuat perang v Penekanan kata – tidaada yang diajukan.

Dan terakhir, penyiaran menggunakan untuk waktu pendengar memproses sebelumnya meneruskan selanjutnya. pada cetak menentukan sendiri, itu bisa dalam Penulis penyiaran menggunakan baca menunjukkan penyiar. tanda dan akan ebih muncul dalam penyiaran dalam cetak akan sering diharuskan dengan yang Dan terakhir, penyiaran menggunakan untuk waktu pendengar memproses sebelumnya meneruskan informasi selanjutnya. Ingatlah, media pembaca kecepatannya namun tidk bisa dalam Penulis penyiaran menggunakan baca menunjukkan penyiar.

tanda dan akan sering dalam naskah penyiaran daripada dalam media cetak dan akan

lebih sering jika diharuskan sesuai dengan gramatika yang ketat. Pertahankan kecepatan yang tepat yang berada dalam kemampuan pendengar untuk memahaminya Karena penyiaran dalam yang dan yang ditentukan, baca penting. penulis produser memberikan perhatian lebih melihat materi dibaca kecepatan bisa diterioleh Terlalu ide, disajikan cepat menjadi informasi hanya serangkaian bagipendengar.

terlalu berita menjadi pendengar siap materi sebelum disajikan. kepadatan terlalu – banyak untuk yang – diatasi mengurangi dengan memasukkan penting berita, membatasi jumlah konsep persuasif dalam iklan. Hindari susunan kalimat negatif Umumnya, negatif suatu pada Mereka sulit oleh Mereka bisa dan lebih informasi.

Buruk : | Bayi kera itu tidak disusu | Dengan gravitasi yang gi, tidak melempar bola sangat jauh | Saya tahu saya jika saya menunjukkan perasaannya 56 Dua yang tidak mereka memberi informasi. ketiga karena negatifnya. pikiran informasi ia dan merubah itu bentuk Pikiran tahu yang terjadi, bukan apa yang tidak terjadi. Buruk : | Bayi kera itu tidak disusui oleh ibunya.

| Dengan gravitasi yang gi, tidak melempar bola sangat jauh | Saya tahu saya jika saya ingin menunjukkan perasaannya Sebaliknya, tidak lebih tepat di Namun ada bahaya dari penggunaan tidak, terutama pada jenis berita seperti ini, yaitu pendengar akan melewati kata negatif karena perhatian lain dan akan salah interpretasi terhadap berita itu. Baik : | Bayi kera itu disusui dengan susu formula bukan susu ibunya | Dengan tingkat gravitasi yang ting bola sejauh tiga atau empat kaki, tidak lebih.

| Saya bertanya-tanya jika ayah saya sung Sebaliknya, tidak lebih tepat di Negara akan budget Meskipun menyatakan budget diselesaikan bulan setiap pihak tidak menyelesaikan hari – jika tidak akan menyelesaikannya dalam waktu dekat. Namun bahaya penggunaan tidak, pada berita ini, pendengar akan melewati kata negatif karena perhatian lain dan akan salah interpretasi terhadap berita itu.

Hindari homophones Homofon adalah kata-kata yang bunyinya sama tapi artinya berbeda. Mereka sulit digunakan dalam penyiaran penulis sangat makna dimaksud bahkan mengenal bahwa kata-kata tertentu memiliki homofon. Namun mungkin mengetahuinya. media mereka dengan mudah namun dengar kedengarannya sehingga besar pendengar bisa Anda bisa menghindari Beberapa sangat digunakan suatu sehingga tidak pernah memperhatikan mereka sama yang Jika mempraktekkan membaca anda keras, mungkin menemui masalah, ketika anda harus melakukan penulisan kembali kata-kata homofon.

Hindari redundansi, omong kosong, klise Berdasarkan diatas, telah tiga yang

penggunaan yang mengganggu. satupun merupakan khas penyiaran, semua dianda seorang profesional melakukan kontrol terhadap penyalahgunaan bahasa. 57 Edwin seorang dan berta menulis penggunaan bahasa yang benar: Bahasa sipil...bagi saya berarti suatu bahasa yang tidak dipenuhi oleh jargon, gengsi yang tidak oleh tipuan telah maknanya.

bukanlah yang tidak basa ide mengatakannya bahasa hebat, mencari kalimat tidak kita terlalu kata-kata berguna ilmu-ilmu la kesalahan pengerjaan dan peng la tidak mempertimbangkan tingkat kecerdasan. la tidak hanya suatu aliran suara yang dihasilkan disc jockey, dimana apa yang dikatakan tidaklah penting selama ia dikatakan a la langsungspesifik, jelas, warna, penuh dan ketika adalah hal menyenangkan. Sayangnya juga impian, suatu yang terjadi Amerika.

Ketika menuntut personal kehidupan – yang bibagi – kita semakin tidak bombastis, dan membosankan. Kita keprihatinan dan harus usaha mendapatkan kejelasan dan presisi dalam bahasa ki Redundansi Redundansi naskah. kata berlini hanya mengacaukan narasi dan membingungkan pendengar, ia juga memakan waktu, terutama ketika ia muncul dalam berita yang muncul sebentar.

Gough, bukunya “ Perencanaan Penyajian Produksi Programa ”, diterjemahkan Ari. R Maricar, Herry Koesmiharto, A. Rani, beberapa karakteristik ketika menuli Ingat menulis untuk diucapkan Pikirkan sesuatu, katakanlah, lalu tul tulis: setiap bahasa mempunyai system itu. Contoh : “Kami tidak mengerti bahwa Anda telah mengatakan...” diubah menjadi : “Kami tidak mengerti....” atau “Kami tidak mengerti yang Anda katakan....”

Penting penghilangan pelompatan tertentu hal umum bertutur. “Having there I stay...” saya kesana, tidak ting diubah menjadi : “I hadn’t been there before, so I...” (Saya tidak pernah kesana, jadi saya..) 58 Penting: (dalam inggriadalah tata yang tapi cuma ada pada bahasa tulis. “Pertandingan bermula pada pukul 03.00 sore dan berkesudahan pada...” Diubah menjadi : “Pertandingan mulai jam 3 dan selesai...” Penting: itu yang atau atau manfaatkan (gunakan, pakai), menginformasikan (menceritakan).

Alami Gunakan yang ketahui dan berada perbendaharaan kata Anda. “... Clandestine berarti rahasia, juxtaposed berarti berikutnya, prior berarti sebelumnya... dsb.” Gunakan perangkat seperti kita melakkan percakapan yang baik. “itu mengingatkan saya...sebagai contoh...baiklah...” (Kita menggunakan sebagai ide yang sejajar) Tanda hubung dan....titik-titik untuk jeda dan tanda kurung () Garis bawah untuk penekanan Anak panah untuk infleksi, jika ada kata yang tidak biasa Garis miring / atau koma , untuk suatu kelompok makna Misalnya : Apakah Anda ingin naskah / enak dibaca....atau tidak ? // Tanda baca untuk menuturkan Tata bahasa yang baik tidak selalu diperlukan –

kenyataannya, tata bahasa dapat menjadikan tuturan sedikit luruhnya jelek.

" Seseorang , kepada siapa Anda bertanya, tampaknya kurang kaya" Seharusnya :
"Orang yang Anda tanyai itu betul-betul miskin" Dan kalimat struktur begitu Seorang pendongeng mengatakan : " Saya tidak mengerti. Tidak. Benar-benar tidak". Seringkali orang berkata dimulai jika terus monoton pendengar akan memati 59 Repetisi :
"Bangunan itu dibangun oleh tukang bangunan lokal" Asonasi : "Ia tidak melupakan tapi mengabaikan" Aliterasi : Dia memberi dana atas usulan perdana saya." Pernyataan yang membuat salah tingkah (trips) "Dalam ruang tak terpakai"ruang kosong "Kotak penyimpanan uang dan benda berharga"

Brankas Ingat, Komunikasi dari orang ke orang Anda sedang berbicara kepada saya
"Pendengar akan tidak ragu-ragu lagi mengetahui..." Menjadi : "Seperti yang Anda ketahui..." Gunakan kalimat aktif lebih banyak dari pada pasif "Nyanyian dari seorang penyanyi ini seharusnya diikuti oleh para siswa diseluruh kelas". Menjadi : "Ayo semuanya nyanyi bareng penyanyi ini Tinggalkan : ta berkhotbah ribuan kita pada dua orang, atau kelompok keluarga kecil.

"Izinkan kita memberikan pikiran pada tugas sebelumnya. Kita mengantisipasi dukungan maksimum, dalam mencari keadilan dan kebebasan untuk seluruh bangsa". menjadi : Kita semua... berarti Anda dan saya.... harus mulai bekerja. Saya mengetahui kita dapat mempertimbangkan diri untuk mendapatkan keadilan pada tiap orang di negara kita ini."

Bukan merasa superior : " Ini bukan pada tempatnya untuk memasukkan pokok persoalan yang sulit kepada Anda". (ini menunjukkan khalayak begitu bodoh pemahamannya) Atau bukan meminta maaf seperti : " Saya tidak mempunyai waktu yang cukup untuk mengutarakan secara detail.." (ini pembicara sangat mengetahui, justru merupakan permulaan yang jelek) 60 Ketika kita siaran, " ki mengontrol secara informal Ingat siaran itu hanya didengar sekali Hanya ada satu kesempatan untuk dapat di Gunakan bahasa sederhana v v v v Gunakan kata kerja yang dekat dengan pokok persoalan Gunakan klausa terikat (anak kalimat terikat) sedikit mungkin Pikiran dapat ide ketergantungan yang hanya dengan suara, SATU IDE SATU KALIMAT Pilih pendek jika pendek, itu nada monoton.

Untuk menarik minat, ragamkan panjang kalimat itu. Jangan menjejali informasi & Dapatkan ide pokoknya – latar belakangnya. Ingat, Anda hanya mempunyai media suara Bilangan sulit dipahami, JADI.... v Membulatkan ---259 adalah "hampir 260" v Mendekatkannya pada satuan pengukuran yang besar | \$ 258.224 adalah "lebih dari semperempat juta dolar.."

| 1225 kaki adalah " sekitar seperempat mil v Membandingkan dengan yang telah diketahui, dengan visualisasi | 45 yard adalah dua kali panjang raket kriket | Enam inchi adalah satu jengkal hasta Gunakan yang menyampaikan konkrit sesuatu yang dapat Anda " lihat ". Bagaimana kesehatan yang baik itu ? Sehat itu berwarna merah delima dipipi Anda, bersinar dimata Anda, dan tegap pada langkah Anda.

Cobalah untuk menggambarkan (dalam gaya si rumah-rumahan", " gizi, darah kehidupan" Gunakan kata-kata yang kuat dan punya warna, khususnya kata kerja BUKAN : "la pergi ke rumah pelan-pelan..." mana yang lembut" 61 TENTANG APA : "Berjalan ke rumah, pulang, cabut, tergesa-gesa ker umah, rindu untuk pulang, merayap kerumah.." BUKAN : "Ada banyak semut pada bangkai.." TENTANG APA : "Bangkai itu seolah hidup, semut menggerogotinya...merayapinya" Hindari ketidakjelasan, yang berbunga-bunga....

Gambarkan dengan jelas = jangan malas untuk menggambarkan sesuatu dengan pasti. Pengulangan dapat menekankan kualitas visual dan emosi Anda harus menarik pendengar dengan suara sejak pada kalimat pertama. Yakinkan dia agar mendengarkan terus menerus.

Atau : Tuturkan sebuah cerita, tapi yang tidak klise...kejadian lucu misalnya Setelah menulis naskah Jika : Tidak mudah dituturkan... Kedengarannya aneh.... Membingungkan.... Mementingkan diri sendiri... Kedengarannya rumit dan kompleks... UBAHLAH !!!!! Menulis bertanya Apakah diucapkan Apa dituturkan ? Apakah cukup jelas persoalannya ? Apa memang begi (bagaimana keutuhan ceritanya) Apakah urutannya masuk akal ? Beberapa Petunjuk Penulisan Untuk melengkapi wacana diatas , Gough, dalam bukunya " Perencanaan Penyajian Produksi – Programa Radio yang oleh Ari. R Maricar, Herry Koesmiharto, dan A. Rani, menyebutkan beberapa hal petunjuk penulisan : 1).

Terapkan semua kaidah penulisan untuk radio dan upayakan lebih dari itu, 2). Gunakan kata-kata yang singkat langsung, dan telah dikenal umum, 3). Gunakan tuturan yang menggambarkan kata benda yang lugas dan kata kerja aktif deskriptif, 4). Kalimatnya : jelas bersifat tidak yang ganda, Mudah dibaca mengakibatkan lidah, Bipada pendengar, Hindari 8). Tulis nomor dengan huruf, 9).

Yakinkan yang Anda tuli Lebih lanjut, James K. Van Fleet, dalam bukunya " Conversational Power : The Key To Success With People " yang diterjemahkan oleh Bern Hidayat, menyebutkan beberapa hal manfaat menulis seperti apa yang Anda ucapkan : 1.

Cara untuk memastikan naskah Anda dipahami pendengar : | Usahakan naskah Anda ringkas, buang detil-detil yang tidak perlu, dan malah membingungkan | Gunakan kata kerja aktif 62 | Gunakan pendekatan langsung | Ubahlah kata sifat atau kata keterangan yang panjang menjadi kalimat pendek- pendek | Pecah-pecah kalimat panjang menjadi kalimat pendek-pendek | Buang ungkapan-ungkapan yang tidak berarti 2.

Jika Anda meng muluk-muluk dan tidak membosankan dipastikan pendengar akan memahami Anda. 3. Cara terbaik untuk membuang kata-kata muluk yang tidak berguna adalah dengan membuang semua kata benda yang abstrak yang dibuat dari katra kerja 4. Cara terbaik untuk mengatasi tata bahasa adalah dengan meng sederhana yang pendek. Fokuskan perhatian pendengar pada arti **yang ingin Anda sampaikan** 5.

Gunakan kata-kata yang mempunya greget agar pendengar Anda mau bertindak yang kuat adalah kata-kata emosional yang mengarah pada hati bukan pada kepala Melatih dan mengembangkan suara Kekuatan akan dukung sikap, mental membaca berbicara, kendal penyiar, atau sebuah faktor yang terisolasi, hal ini merupakan representasi dari penyiar dan produk: waktu mengendalikan diri secara psikis dari mental-emosional diri dalam penampilannya.

Suara dapat dibuat lebih efektif dengan memperhatikan fungsi otot karena bisa pada suara lemah, keras, mendesah, dan sikap emosi personality bisa berkata nada melankolis atau nada suara yang dingin. Otot yang memulai nada suara, sedangkan pemikiran dan perasaan menentukan aluntuk ini, organ-organ dan fungsi secara bersamaan dengan ketepatan (precision), kecermatan (accuration), dan ketenangan (ease). Yang untuk suara : (attitude), (Breathing), nada (phonation) (resonance), macam-macam (variety).

dipengaruhi alami berpikir perasaan. harus dari bahwa yang seperti gembira, atau dipengaruhi sistem kegugupan, dan suara. pengalaman satu dan alami akan mempengaruhi nada suara. Pengalaman dan intensitas dari suatu reaksi selalu berhubungan dengan suara. akan suara sangat dengan karakter,emosi berkomunikasi. adalah untuk suara bicara.

Kekuatannya di di pusat tepatnya perut dibawah Pusat kontrol hasil adalah nada dan untuk variasi kuat suara volume) kekuatan Intensity). bicara akan jika kontrol Khususnya radio, ketika mengakhiri bicara mikropn nuansa dan terlalu Pernafasan fungsi biologi hidup. adalah vidalam suara untuk berbicara yang terus menerus.

Penyiar memil bernafas suara penting untuk dan kejelasan suara, gema, dan artikul Walaupun berada bawah tulang yang paru-paru hati, boleh diafragma rongga berfungsi

mengisap menghembuskan udara bernafas dengan dan udara menghasilkan energi kontrol berbicara menerus. otot otot permukaan paru-paru, sebuah antara dan perut. Otot ini mengikat tulang dada (breast bone), dibawah tulang iga dan kolom tulang belakang secara diagonal mendorong mengerut.

diatas merupakan yang 63 untuk dan ketika bicara, segitiga bahwa dada dikanan area ang Otot rileks dorongan perut menentukan Berhubungan usus dalam lubang akan menghalangi. tulang adalah sekat antara penuh dari atas dan Kemampuan berjalan duduk mudah tidak tergantung hubungan berat atas bawah seperti didisesuaikan fleksibilitas kolom belakang.

keseimbangan menyesuaikan adalah lengkungan tulang panggul, penuh tul Proses suara dimulai pangkal (Larynx) aliran pernafasan melalui pita suara (cords), karena getaran. Pangkal tenggorokan tempatnya diproduksi bunyi vibrator suara adalah pegas rawan diatas pipa berbelok atau tenggorokkan dan menggantung dasar Panjang dan pita berbeda orang; lebih beberapa dari ta kecil dan Secara perbedaan ini umumnya dalam tingkatan nada antara kelamin.

titik tertinggi dan selama dipengaruhi pita berubah panjang, dan dari getaran suara. Apabila pita suara panjang dan tipis, titik nada tertinggi meningkat; apabila pendek dan , nada menurun, ketika vibrasi atau volume suara meningkat atau menurun. Dalam nada tenggorokkan, dan akan saluran, dari Otot sering tegang komunikasi emosi misalnya marah, membenci, tenggorokkan dak tertutup, mulut, dan tenggorokkan dan makna untuk nada Secara nada rusak parau huskiness), (stridency), keserakkan (hoarseness), adalah hasil pernafasan yang kurang baik dari kontrol pernafasan.

Fungsi tenggorokkan yang rileks sangat penting untuk produksi suara yang efektif. Di radio, kualitas suara yang sempurna menjadi Untuk gema penyiar dikeraskan terdengar diberi (kualitas warna untuk dan emosi. nada dan kualitas oleh resonator manusia. ini resonansi. diafragma perut kita untuk volume yang dan mengontrol udara. ini dukungan pernafasan. waktu dalam dan mengeluarkan waktu cukup dibandingkan bicara.

menghirup udara mengeluarkan saat istirahat 1:1. bernafas selama mengeluarkan Untuk rasio harus menjadi 1:10, bahkan besar. kata waktu udara lama. bisa udara ketika dikeluarkan membiarkan diafragma perut Tanpa terhadap pengeluaran setelah udara dalam-dalam akan dari paru ketika mengeluh. tidak untuk yang karena tidak mengeluarkan kata waktu dibutuhkan bernafas Udara keluar terlalu cepat.

Yang terjadi dengan pernafasan ketika membaca naskah siaran penyiar perlu memiliki udara cukup, harus mengontrol itu. udara bagus memberi bahan untuk mengeluarkan

suara yang bagus. Kontrol yang baik terhadap udara tersebut akan membentuk menjadi yang untuk mudah dimengerti, dan penuh dengan energi suara.

Kebutuhan seorang adalah Suara sangat adalah yang bergema, tenang. Suara dalam radio lebih mementingkan dan Kualitas tidak seperti yang , suara lsuara cacat akan masalah pekerjaan Latihan dapat seseorang meningkatkan dan kualitas suara Kerja diperlukan perubahan-perubahan Yang penting suara terdengar dapat bertenaga, yang diperlukan mengolah Suara Diafragma " yaitu **suara yang keluar dari rongga** perut. 64 Pengucapan Pengucapan benar hal penting penyiar yang oleh pendengar.

Dengan antar menurut atar asal-muasal diperlukan hal-hal menjadi di Hindari yang dan malas mencari membuka yang mutakhir, meyakini kamus catatan pengucapan dianggap oleh sosial. asing kata belum ditelinga terkadang sering masalah.

pengucapan-pengucapan yang tidak selalu dengan Pengucapan " disukai oleh referensi tokoh dan sejawat menjadi penyiar. anda suatu pengucapan, dengan keyakinan.

Perhatian: yang ditonjolkan akan membuat pendengar bereaksi negatif terhadap penyiar dan pada pesannya. Artikulasi Artikulasi dengan huruf konsonan, diftong. harus jelas menyenangkan terlalu perhatian. Iposisi dalam dengan yang didepan Mikrofon sangat dengan Pendengar juga dekatnya yang didepan karena Pendengar mengharapkan tingkat yang tinggi penyiar , tetapi pendengar akan sangat cepat tanggap terhadap kecerobohan dan perbedaan pada penyiar yang tidak terlatih. Artikulasi baik 1).

udara banyak, kerongkongan rileks, penggunaan kerongkongan, resonator dalam yang dan 4). gerakan bibir, lidah, dan rahang yang kuat dan cerdas. Anda juga dengan penyiar "setengah terlatih" dan " berpikiran kaku " mempunyai bicara kegiatan-kegiatan lapangan dimana perlu memproyeksikan mikropon penguatan Baik yang rapi yang sangat penilaian terhadap penyiar. seseorang sangat mendengar kesalahan kecil dalam pengucapan bisa menjadi sangat mengganggu.

Penekanan Penyiar penekanan menunjukkan pendengar yang **atau tidak penting dalam suatu materi bacaan.** Pembicara yang berada diatas panggung tentu saja menggunakan tubuh memberi dan ide-ide, pendengar radio bisa jari yang mereka suatu seperti, Ini adalah berita yang penting bagi anda," atau "Berbelanjalah dengan hemat ... dan menabunglah ! " yang diikuti oleh anggukan kepala dan senyum kepuasan pada kata menabunglah !.

Penyiar radio juga jadi menggunakan tubuh itu hal bisa Berbicara melakukan tubuh hal umum percakapan baik penyiar yang menggunakan tubuh pola kacau bisa presentasi

menjadi hidup. untuk bahwa perilaku yang empatik dan antusias dapat diterima jika sesuai dengan produk dan program acara, jika melakukan teriakan dalam penekanan, jadi membuat pendengar tidak antusias dan malah bisa berakibat tidak suka. Warna Kata Warna sangat dengan Penekanan berkaitan kuat suara, kata kualitas serta emosional.

penyiar radio tidak menampilkan denotation saja yang diterima umum, tapi impression Behavior dan (suasana juga dikomunikasikan kepada pendengar. Coba baca susunan narasi berikut ini : 65 Narasi membutuhkan dan dalam emosi melalui warna kata. Kecepatan atau Tempo Ada faktor berhubungan kecepatan. pertama kecepatan keseluruhan, tingkat jumlah per yang adalah dalam mengucapkan per Melsiaran keragaman kecepatan, karena banyaknya jenis materi siaran.

Kondisi perasaan , emosi dan kecepatan sangat berhubungan dengan Dengan variasi kecepatan impresi diperoleh pembacaan Isangat atau ihan bisa tingkat pemahaman. Jika sedang membacakan suatu narasi, pilih kecepatan yang tepat, karena jika terlalu cepat pesan penyiar tidak akan meng-komunikasikan sesuatupun. Devito, dalam bukunya " The Elements of Public Speaking " menyebutkan : " rate refers to the speed at which you speak, about 150 word per minute seems average for speaking, the problem of rate are speaking too fast or too slow, or with too little variation or too predictable a pattern. (Tempo pada dimana berbicara.

150 per terlihat normal berbicara, pada berbicara terlalu atau lambat atau dengan sangat sedikit variasi atau pola yang sangat dapat dipastikan) ". Penyiar untuk kapan lambat, memperlihatkan dalam ritme, dan bagaiah suatu pembukaan narasi penyiaran tentang radio. baca percakapan dan Ketika narator berusaha apresiasinya terhadap jaman keemasan penyiaran **radio dengan tujuan untuk** mendapatkan respons yang sama dari pendengar.

"Perkembangan lebih sekedar masa Radio dan menjadi seni di melewati dekade. mempengaruhi ap hidup kita. Ia membantu kita untuk bisa tertawa dalam waktu depresi kita, dan menjadi bagian terpenting hiburan Radimembantu rumah melupakan untuk dan diri dunia menghibur radio semua berkelana ke dunia kita memasuki pikiran kita menutupi manusi melewati wilayah. sebagai ikut bagian mengembangkan drama-drama ini.

melihat kehidupan dinamisasi kehi, kekaguman baru. melihat masa percobaan atau melalui Kita itu lebih dari suatu imajinasi penuh Ketika mendengar perangkat kristal, meja, radio atau yang , yang datang kemampuan membiarkan imajinasi kita berkelana ". Infleksi (Perubahan Nada Suara) Bahasa pola khusus. kesalahan seringkali bisa

menggambarkan hal ini.

Penyiar yang belajar kemampuan berbicara harus familiar dengan latihan variasi makna dan emosi ; dengan mengatakan " Oh " atau " Ya " dalam berbagai cara. " Kedekatan " penilai penyiar penggunaan yang untuk bentuk pikiran dan perasaannya pada waktu itu. Perilaku terhadap yang akan dalam melodi pembicaraannya Selain itu kesehatannya, keyakinan terhadap kemampuannya, dan petunjuk akan personalitasnya bisa diketahui l mekanis, menahan suara secara transisi Pola mekanis, menahan suara secara transisional.

Pola ini merupakan hasil dari kondisi-kondisi kerja di beberapa penyiaran radio. Selain penyiar membaca mencari rekaman mengisi siaran, insert segemen selanjutnya, level yang , l 66 catatan dokumen naskah, harus telepon. semua jawab dan kegiatan ini penyiar mungkin tidak punya waktu yang cukup untuk mencoba melanjutkan siarannya sisa untuk adlib.

karena untuk dirinya mendapat yang untuk dengan terhadap baris kata dalam naskah, penyiar meningkatkan secara pada frase, menahan catatan terakhirnya. Sementara menahan catatan ini dia bisa menoleh untuk mengecek judul lagu atau volume mixer. Pola Menyanyi Pola ini banyak memainkan irama bicara dengan memainkan perubahan nada dan penjiwaan yang dari perasaan dirasakan.

anda naskah ini Anda rasakan irama bicara Anda : Pola Naik Turun Satu melodi lain ketika menggunakan siaran kata frase Berhubungan ritme biasanya setengah pendek, nada atau selalu atau turun, akhir atau kalimat. melodi dibuat kita dengan ditangan. yang sama akan terasa : Atau, kurvanya akan terbalik dan akan naik. Gaya ini mengarah pada gaya yang monoton. Perilaku Hal terpenting dari perilaku pribadi penyiar adalah kepercayaan diri. tenang percaya mengudara.

dapat mengetahui ka gugup. pendengar terfokus cara berbicara apa dibicarakan. penyiar maka yang yang akan Kepemimpinan hubungan harus oleh Penyiar merupakan yang dan mudah Segala tentang yang suaranya meyakinkan dan dapat diterima oleh pendengar. 67 Catatan untuk diperhatikan penyiar: K etika penyiar penuh diri menjadi yang dak ramah, dan superior, penyiar telah "penyakit yaitu kepala.

Penyiar ideal satunya adalah mencapai tujuan bisa mengontrol diri. Gaya Ini bisa dikatakan sebagai " personalitas " penyi mungkin kehangatan kekuatan terlseperti teman menarik; penyiar yang lain mungkin membuat pendekatan " homey (seperti di rumah) ", berbicara seorang kepada yang lewat belakang yang mungkin pada kewenangan, secara tidak oleh atau ; menggunakan yang gembira dan lembut.

Pendekatan yang lain adalah penyiar yang mengambil simpati secara profesional dan serta " sederhana yang Gaya-gaya bisa dan namun ar menggambarkan yang oleh pendengar. penyiar menentukan khususnya yang sesuai dirinya. pertanggung-jawaban dari penyiar stasiun radio mengembangkan gaya pendekatan menurut yang Banyak pemula gagal fleksi menjadi dan canda acara populer, serius tulus waktu inteltinggi, bersikap formal bercanda waktu pendengar, bersikap dan memerintah program klasik skill konsentrasi.

tuntutan adaptasi yaitu bunglon" memiliki memainkan dalam tertentu penting seorang penyiar untuk selalu menyenangkan ditelinga pendengar. Pemahaman penyiar berusaha mengerti materi dibacakan atau kepada Penyiar hanya pada olah vokal, mendengarkan sendiri berbicara bangganya, penyiar juga harus " memikirkan maksudnya." Dan sangat mungkin bagi penyiar untuk memberikan materinya tanpa benar-benar mengerti maksudnya..

Penghafalan an kontinuitas kadang-kadang dengan meskipun praktek sekarang jarang dibandingkan masa-masa penyiaran. materi setiap mental mengingat setikata ditutupi pendengar. kata disinkronkan, ini merupakan proses membutuhkan berbicara yang penyiar membacakan pada mengudara saat yang tepat.

Penyiar tergantung alat otomatis mengingat materi siaran operator atau yang petunjuk naskah yang dibacakan. Penyiar harus berusaha menggunakan alat bantu ini tanpa pendengar Untuk tujuan diperlukan latihan cukup mungkin menuntut untuk isi secara praktek dihafalkan sebelum waktu si 68 Sinkronisasi Kita menyebutkan penyiar harus bahwa dekat ketika membaca Penyiar tahu yang bisa dibayangkan mengarahkan pendengar melalui ketika membaca, penekanan hal-hal Jadi, bahwa radio memiliki sedikit dalam kecepatan Ketidaksesuaian kata penjiwaan atau pesan menyebabkan yang mungkin terdengar lucu atau sebaliknya dan menyebabkan komunikasi perasaan atau pesan yang efektif mungkin akan hilang.

Suara, Pernafasan, dan Latihannya Untuk bagaimana kualitas anda, pertama perlu dilakukan merekam tuturan Voice Speaking), berbicara sesuatu dikuasai disenangi. suara jangan keras mencoba secara alamiah saja, apa adanya saja selama dua puluh menit. Kemudian dengar kembali rekaman tersebut seksama hati-hati, harus menjawab yang berkaitan rakaman Anda Dengan hal berarti melatih Anda menjadi yang JiAnda yakin pertanyaan oleh diri sendiri, Anda bisa meminta komentar teman atau instruktur Anda tentang rekaman suara Anda Menurut penyiar seharusnya suara menyenangkan enak didengar.

Suara yang tidak enak didengar biasanya terdengar tidak jelas dan sulit dimengerti, sebagai contoh adalah penyiar yang berbicara terdengar "menggeremeng" atau "seperti dikulum (mulut dibuka kebutuhan)". menghasilkan yang didengar mengembangkan berbicara atau pesan dengan misalnya penyampaian monoton kurangnya nada. mainkan Pitch atau mengacu ketinggian kerendahan yang diterima pendengar banyak cara mendapatkan memilih nada contoh vibrasi tempo pendengar menerima tinggi, sebaliknya pelan, akan suara nada rendah.

Jacobi dalam bukunya " The Vocal Advantage " ada beberapa pertanyaan yang harus Anda jawab dengan jujur : ? Apakah suara saya terlalu tinggi ? ? Apakah suara saya terlalu kasar atau lemah ? ? Apakah saya berbicara **terlalu cepat atau terlalu lambat** ? ? Apakah suara saya sengau, seperti bicara melalui hidung ? ? Apakah saya perlu mendapat masukan dari seseorang tentang suara saya ? Misal : Melengking, Nyaring, Parau, Kasar/Tidak lembut, monoton dan sebagainya ? Apakah kata-kata jelas dan orang mudah mengerti ? ? Apakah kata-kata saya lengkap ? ? Apakah saya sering suara bermakna seperti : mmmm...eeeeee...uh...dsb.

? ? Apakah suara saya terdengar meyakinkan ? ? Apakah suara saya menarik atau membosankan ? ? Apakah saya berbicara mengeluarkan suara logat kedaerahan ? ? Apakah variasi nada bicara saya memiliki tekanan kata ? ? Dan sebagainya..... 69 Bertutur dengan melodi normal, penyiar perlu menghindari titik nada yang sama pada setiap akhiran kalimat yang disampaikan, serta bicara jangan diayun atau diseret-seret.

Dan hal penting lainnya adalah penyiar perlu memahami teknik pernafasan. Pernafasan Penyiar perlu melatih teknik pernafasan dengan baik agar suara yang dihasilkan menjadi optimal, misalkan berlatih pernafasan perut (diafragma) untuk menghasilkan suara yang penuh kekuatan, melalui dorongan udara **yang keluar dari rongga** perut, bukan pernafasan udara dari dada.

Ketika otot diafragma mengembang, ia juga memaksa wilayah perut untuk mengembang karena tekanan pada perut, hati, limpa, dan organ-organ dibawahnya. Pergerakan perut membuat diafragma dimonitor. pernafasan yang anda merasakan wilayah dan disekitar punggung. Wilayah dada bagian bawah mungkin juga mengembang sampai dua setengah inci. Ketika dada dan masuk dalam - otot dan perut untuk keluar dengan udara terkontrol.

otot kita dengan diafragma kembali posisi dan sangkar kembali posisi. Gerakan memaksa keluar terkontrol. Untuk pernafasan yang rileks tanpa bicara, pengeluaran udara hanya merupakan sebuah relaksasi tanpa kontrol otot-otot-perut dan diafragma. Elastisitas dan mempengaruhi paru-paru pernafasan rileks. adalah yang menerus

membuat tetap hidup. kita bisa oksigen. kita membutuhkannya.

otak kita merasa tingkat oksigen yang ada turun, suatu sinyal dari otak muncul untuk mengisinya. Proses begitu bagi kita kita bisa secara suka Banyak kecilyang mengancam, akan nafas sampai saya Anak mungkin bahwa ini sa namun pernafasan tanpa akan alih membuatnya hidup. bernafas 15.000-20.000 sehari.

kita terisi sebanyak tiga Kita menghirup menghembuskan satu-setengah udara pernafasan tenang ketika bernafas belas enam kali menit. tidak kosong tanpa udara. Mereka mempertahankan suplai udara tertentu. Sekarang setelah anda mengetahui anatomi anda bertanya pernafasan penting Anda sebagai seorang penyiar. Jika sistem yang digambarkan diatas beroperasi secara alami, pernafasan tidak menjadi penting. Anda bernafas hidup.

dengan dan otot suara Anda menjadi dari pernafasan Tapi, ini Pada bagian dalni untuk apa yang kita sebut sebagai pernafasan tersosialisasi. memberi bahwa harus perut membusungkan Kita menyalahkan pendidikan kita sersan tentara perubahan namun kita atau perut kempis dada besar tujuan mengetahui pernafasan, bisa hasil mengempiskan dan dada. menghasilkan pernafasan yang pernafasan atas clavicular.

dada bahkan yang keatas wilayah clavicle tulang angka tulang mengangkat rusuk mengembangkannya untuk bernafas. Dengan menggunakan satu terbesar tubuh yaitu yang diciptakan mengembangkan rusuk bernafas, menggunakan yang kecil kurang sien. penulmengajar Announcing Skill , pelatihan sering kepada peserta untuk nafas dalam.

Sangat menarik melihat mereka yang pundaknya naik turun ketika mereka melakukan apa yang mereka anggap menarik nafas dalam-dalam. Biasanya penyanyi yang bahwa menarik dalam p undak tidak ikut bergerak " Semua hanya pada di tulang 70 Ketakutan wilayah yang tidak menghalangi bernafas dengan tepat. Ironisnya, pernafasan diafragma bisa menghasilkan perut yang lebi karena mengontrol perut.

itu hasil lebih ketika mereka untuk Sebagai penyipernafasan adalah satu terbaik mempertahankan yang Jika dan perut bekerja menghidan udara, yang dalam berada jauh organ-organ berada tenggorokan menghasilkan suara pangkal Gerakan membuat perut naik Pernafasan dada, sebaliknya, menyebabkan pundak naik ketika menghirup udara, dan meningkatkan tekanan otot leher mungkin wilayah Sebagai pernafasan merupakan pernafasan yang dangkal, yang bisa melelahkan.

Pada kita dengan hanya dada bahu dan memungkinkan oksigen terserap paru-paru. perut, dalam- dalam sampai k edasar paru-paru dengan udara yang segar dan berisi

oksigen. Cara berlatihnya : Berdiri, atau dengan tegak, menyentuh saling dengan selebar Letakkan pada perut lemaskan tarik melalui dan serta mengembang perut dan sehingga keluar. rongga (diafragma) akan Pertahankan dada lemas, nafas kekuatan menarik perut bawah ke dalam, seolah sedang menarik pusat perut kearah tulang punggung.

Berlatih (Breathing exercise yang Anda sekaligus relaksasi Relaxation) mengontrol pernafasan 1 Ketika aliran udara melalui mulut, ucapkan seperti berbisik beberapa kata berikut i Catatan: teknik ilrutin hari, dapat dilakukan waktu ! Sebagai lanjutan Anda senam dan perangkat alat Latihan untuk suara Teknik sangat lakukan beberapa variasi berikut ini Humming Exercise Lakukan latihan variasi " Humming " ini selama tiga menit, **keluarkan suara dengan nada naik** dan sebagai suara yang layaknya nada (do mi so si – si so mi do) dan resnansinya. ini meningkatkan kekuatan suara Anda.

71 Kemudian melakukan latihan "Humming ", sekali tarikan nafas keluarkan suara humming dari rentang nada tinggi ke nada rendah dan sebaliknya Selanjutnya, ditambahkan Vowel untuk latihan resonansi dan kekuatan suara, lakukan dengan pernafasan normal selama 3 menit.

MmmmmmmmmmmAH-H-H-H-H-H-H-H-H-H-H-H-H Ulangi lagi

MmmmmmmmmmmAH-H-H-H-H-H-H-H-H-H-H-H-H Gunakan "mAH" untuk membentuk kekuatan lakukan dengan nada tinggi ke nada rendah Teruskan dengan double "mAH" 72 Singing Word Exercise Lakukan latihan "nyanyian kata" **ini selama 3 menit.**

Gunakan kata "IYOWA" jaga suara dengan kekuatan penuh, buka mulut lebar-lebar, mulut, tenggorokkan dan dagu harus rileks. Kemudian latihan kata" ini 3 Gunakan "LUHLUHBY" jaga dengan penuh, mulut mulut, dan harus rileks. Kemudian lakukan latihan "nyanyian kata" **ini selama 3 menit.** Gunakan kata "DINAMO" jaga suara dengan kekuatan penuh, buka mulut lebar-lebar, mulut, tenggorokkan dan dagu harus rileks.

Kemudian lakukan latihan " nyanyian kata " **ini selama 3 menit.** Gunakan kata "DIALOG" jaga suara dengan kekuatan penuh, buka mulut lebar-lebar, mulut, tenggorokkan dan dagu harus rileks. Lakukan dengan teknik yang sama " DINAMO drop ", selama 1 menit Lakukan juga selama 1 menit : Lakukan dengan teknik yang sama " IYOWA drop ", selama 1 menit Lakukan dengan teknik yang sama " DIALOG drop ", selama 1 menit 73 Kemudian latihan kata" ini 3 Gunakan "LIYONEL" suara dengan kekuatan penuh, buka mulut lebar-lebar, mulut, tenggorokkan dan dagu harus rileks. Kemudian latihan nyanyian " ini 3 Gunakan "LAYAWAY" jaga dengan penuh, mulut mulut, dan harus rileks.

Kemudian latihan berbicara menolong resonansi. kata- kata dibawah ini : jaga suara dengan kekuatan penuh, buka mulut lebar-lebar, mulut, tenggorokkan dan dagu harus

rileks. Selain kualitas elemen lainnya perlu ketahui " Intonation" yaitu irama bicara atau naik turun nada ketika Anda berbicara.

Intonasi ini wajib Anda perhatikan bicara tidak tidak serta menunjukkan tarik kegairahan Kemudian elemen adalah Stressing" atau kata adalah satu untuk penekanan kata-kata yang untuk perhatian atau kata-kata dianggap makna Dalam tekanan ini perasaan tepat dipergunakan, karena penekanan yang tidak pada tempatnya akan menimbulkan salah pengertian pada pendengar.

Operating Skill Sebagian tatanan memperlihatkan wilayah dibatasi diantara ruang dan dalam siaran besar, tersebut wilayah pertunjukan dari kontrol Kaca biasanya dua menghindari suara dan Kebanyakan studio hampir menyerupai produksi meskipun semuanya Peralatan ini Lakukan teknik sama " LIYONEL drop", selama 1 menit Lakukan teknik sama " LAYAWAY drop ", selama 1 menit 74 umumnya : mikrofon, player, player.

di sekarang dan menjadi cadangan saja dimana peranannya digantikan oleh komputer multi media yang berfungsi sebagai musik merekam program khusus. biasanya pula dengan patchbay dan hampir selalu merupakan gabungan dari studio produksi kasus, patchbay memungkinkan interkoneksi melalui atau langsung alat Biasanya terdapat jenis system balik diantara lain ah bahan suara ekonomis digunakan meredam suara studio Kadang-kadang, kertas telor dan ke untuk Ikan yang Karpets sangat berguna untuk meredam refleksi suara. Terkadang, karpet juga dipasang ke tembok untuk lingkungan sunyi.

yang untuk biasanya memiliki kelambu yang dapat dibuka untuk meredam suara atau ditutup kembali sehingga tembok terlihat ketika yang hidup Mengoperasikan siaran produksi rekaman memerlukan kesabaran dan konsentrasi yang tinggi Sangat praktis untuk menggunakan dua buah mik untuk dua orang pembicara. Mungkin jenis program yang umum seorang acara seorang dan merekam acara ini dapat dilakukan dengan cukup mudah dengan menggunakan dua mikrofon.

Keuntungan ini bahwa bisa untuk volume individu mempertahankan yang Mikropon arah banyak dapat kehilangan tidak dengan yang dari pengaturan lebih Tapi terdapat pembicara, pengaturan mikropon benar-benar merupakan hal yang baik. sebuah mikropon yang ditempelkan keatas memberikan yang baik masing-masing mikropon masing-masing pembicara. agi, anda mikropon, suara ruangan tone) atau noise yang muncul dalam studio meningkat.

75 P emasaran proses memahami, dan kebutuhan khususnya bagi pasar menghubungkan yang dibutuhkan berjumpa kebutuhan-kebutuhan radio proses yang

memperhatikan hubungan antar produk / jasa radio (program) , keinginan dan kebutuhan (pendengar pengiklan) aktivitas dilakukan kompetitor. Fungsi marketing mel 1. Bauran - Marketing : Product, Promotion,): unsur yang atau eksponen menegakkan marketing berfungsi Di brodkas ditambah P lain, Positioning – cara atau branditu terima pikiran khalayak dan iklan, sengaja oleh untuk menciptakan aatmosfir atau citra mengenai produk/jasa siaran.

2 Market Forces: atau eksternal operasional berhadap-hadapan dan berinteraksi dengannya. 3 A Matching Process: dan manajerial memastikan marketing mix serta kebijakan internal berkesesuaian bagi kekuatan pasar Secara pengelola penyiaran swasta bahwa pendirinya untuk dengan secara menerus jangka yang Oleh itu penyiaran akan berupaya perusahaan penyiaran ini bertahan terus keuntungannya menjalankan bisnisnya dengan iklan-iklan yang masuk di media promosi penyiaran radionya.

Filosofi Periklanan adalah satu penting membangun menciptakan Itu sebabnya iklan muncul dengan berbagai ragam pengucapan yang disesuaikan dengan kepribadi khalayak sasaran. Kreativitas menjadi kredo bagi setiap biro iklan yang baik, tetapi kreatifitas bukan satu-satunya yang dikejar pengiklan, diperlukan paduan antara strategi pemasaran dan kreatifitas Marketing Radio 5 76 iklannya.

empat yang merek tangguh diferensiasi, relevansi, esteem dan (Knowledge Melalui kepribadian dapat dan **jaminan kualitas bagi konsumen untuk membeli merek** tersebut. Tinjauan Periklanan Dari Sisi Promosi Dan Marketing Seperti kita bahwa marketing saja aspek atau memasarkan tetapi didalamnya ada pula kegiatan periklanan atau promosi untuk mendukung tujuan diharapkan marketing sendiri.

komponen yang dengan besaran lingkungan eksternal (macro environmental) dalam sistem organisasi marketing : Gambar 31. Sistem Organisasi Marketing (Sumber : William J. Staton, dkk., "Fundamental Marketing") Kita perlu permintaan tuntutan jika ingin dalam kegiatan marketing. Ada beberapa komponen yang menjadi acuan untuk kegiatan yang berorientasi pelanggan atau pasar yang kita tuju (Target market). Gambar 32.

Kepuasan Pelanggan (Sumber : Simon Majaro, " The Essence of Marketing ") Memuaskan pelanggan adalah pertahanan paling baik untuk melawan persaingan. Perusahaan yang menjaga pelanggannya puas tidak terkalahkan perusahaan Pelanggan lebih membeli pelanggan rela lebih untuk produk itu. satu menciptakan tetap dengan perusahaan tercapai dengan periklanan dengan produk tersebut.

Kotler bahwa Promosi merupakan bagian dari bauran pemasaran yang terdiri atas lima variable, yaitu : Advertising, Sales promotion, personal selling, publishing, dan direct marketing. 77 Dari kelima variable tersebut periklanan merupakan alat promosi yang paling umum digunakan khususnya produk advertising sarana membantu yang untuk komunikasi perusahaan konsumen usahanya untuk menghadapi pesaing. Bagi konsumen advertising mempunyai manfaat antara lain : 1.

Memperluas artinya advertising dapat adanya berbagai produk yang pada gilirannya akan menimbulkan pilihan, 2. Membantu menumbuhkan kepada Iklan tampil secara dihadapan dengan besar logo menarik akan kepercayaan tinggi perusahaan bonafide produknya bermutu, 3. Membuat orang kenal, ingat dan percaya pada produk yang ditawarkan, 4. Memuaskan keinginan konsumen dalam pembelian produk.

Bagian kegiatan yang diperhatikan khusus dengan kegiatan sebenarnya peranan iklan sendiri merancang promosi untuk dapat memberikan sumbangan berarti dalam usaha menjual produk tersebut secara menguntungkan. Oleh itu sebuah iklan hal harus mampu opini keyakinan sebaliknya atas produk tahap awal. karena Biro perlu sejak Menurut mengatakan: Keterlibatan dan peran aktif biro iklan perlu diperhitungkan dalam tahapan-tahapan pemasaran sebagai berikut: (a) Penamaan (naming) : disini ditentukan apakah nama produk itu sendiri sudah merupakan instrumen promosi yang baik atau tidak, (b) Pengemasan (packaging) : dalam tahap ini akan dijajaki apakah produk yang bersangkutan akan lebih mudah dipromosikan jika kemasannya dirubah (c) Distribusi : disini dibicarakan apakah akan lebih ekonomis jika produk itu langsung dijual kepada para pengecer, ataukah harus melalui pedagang kulakan.

Iklan instrumen modern aktifitasnya didasarkan pada pemikiran – pemikiran komunikasi. Iklan mementingkan sasaran karena semua dapat menjadi iklan. iklan sekelompok yang mempunyai terhadap yang dan mungkin atau pembeli Agar idapat sasaran, pesan harus sesuai target selain memberitahu kehadiran produk, juga memperlihatkan citra perusahaan kepada konsumen. Esensi biro kelas , , biro kelas tangga sama.

terjadi dan untuk iklan nasional dan Secara manajemen pada pokok Planning, Actuating, dan Controlling. Di zaman yang serba digital periklanan tidak dari Hanya Planning ini menjadi Organizing matrik, Actuating melibatkan divisi Controlling banyak dilakukan diri ketimbang (organisasi). format periklanan di era kekinian memang menjadi keharusan manakala kita melihat trend bisnis di jaman digital ini.

Seperti yang kita ketahui format bisnis abad 21 ini ditandai dengan lima karakter utama : Modal tanpa batas, Hiper kompetitif, Akselerasi tinggi, global kompleks dan unsur jasa dominan. Hidup demikian mengharuskan iklan baru kerja Ada hal yang menjadi penting

perusahaan periklanan dimasa sekarang ini 78 a. Speed, bisnis tidak dikurung kualitas keamanan produk, bahan dan itu. ini perlu, mutlak, saja demikian masa Lebih diperhatikan manajemen adalah Speed (kecepatan).

Semua serba cepat. Dari system produksi hingga promosi dilakukan cepat. umur sangat (cepat berubah). konteks periklanan, cepat faktor untuk berkompetisi, meraih pelanggan. Knowledge (pengetahuan) Knowledge asset utama setiap perusahaan kini pengetahuan. dari dan wawasan semakin dituntut untuk berkembang c.

Network (jaringan) lembaga manapun akan hidup tidak mempunyai Jaringan hanya kemudahan, fasilitas, namun juga Peluang terbesar pada yang Memperluas jaringan lebih berdaya guna bagi biro periklanan disbanding mencari pasar baru. d. Inovasi arti adalah produk jasa) Atau pula diartikan sebagai perubahan yang terus menerus. Tanpa inovasi, produk (dijual perusahaan akan gagap dalam merespon kompetisi. e.

Wisdom (bijaksana) sebuah yang dipinggirkan perang medan Bijaksana, etis adil menjadi bisnis. banyak diartikan cost Paradigma harus Bisnis bukan hanya sekedar medan perang Periklanan Di Penyiaran Radio Periklanan penyiaran komersial dijual terdiri macam-macam format diantaranya adalah "Spot" dan "Sponsorship". Spot yang dijual ukurannya standar dengan macam-macam ada 10, 30, 50, detik.

sebuah yang disponsori, dengan stasiun radio, tiga sponsor media radio (1) (2) singkat, 28 dan Promosi 6 sampai Salah keuntungan di penyiaran yaitu kemampuan untuk pesan dengan yang baidalam naskah rekaman disiarkan waktu telah Davis Zerdin, bukunya "The Effective Use Of Advertising Media" menyebutkan: "Both spots and sponsorship are considerably cheaper on radio than television. Radio Commercial are also cheaper to make than on television commercials."

An investment in sound effects can enhance effectiveness of radio campaign for a relatively small sum. Spot sponsor sangat di daripada televisi. komersial lebih untuk dibandingkan televisi Untuk sebuah pada effect radio jumlah yang relatif kecil Dalam di radio, kita membuat iklan berhasil merupakan misteri menjadi kalangan praktisi praktisi radio juga akademisi. menjelaskan teknik paling digunakan sejumlah yang dalam penyiaran adalah hal yang sangat penting.

Penelitian iklan memberikan pandangan terbatas membangun suatu yang karena halnya ada kebanyakan terhadap penyiaran si, di juga paham pentingnya kategorisasi 79 Disamping literatur terdominasi persepsi Beberapa malah memberikan aturan bisa mengingat yang seperti penggunaan membuat sesederhana menjual memperdengarkan sesering n, untuk didengar baik, tetap ng menyebutkan nama klien.

Dalam yang " How To Make Your Advertising Make Money John Caples menyatakan bahwa untuk iklan retail yang banyak dalam bentuk tertulis yang di merupakan iklan yang pal tidak tidak jingle, ada humor, iklan Buku, dan akan dengan rinya mereka: untuk bisa menjerat membuat pendengar tetap pada satu yang ungkapkan Anda, mood Anda, ingat yang akan disampaikan dan rebut perhatian pendengar dengan cepat, catat nama produk tersebut, jangan mengganti, keinginan jika dalam berita, iklan tersebut penting, radio soundtracks, bersahabat, spot-spot iklan-iklan Anda lucu, pendengar sesuatu, jika telah melakukan apa yang Anda minta, sekali selalu tidak cukup.

Dalam , sangat dengan karena radio dapat media komunikatif, dan yang membutuhkan pendengaran, dapat dimana ataupun melakukan seperti berkendara atau bekerja. Bentuk yang ideal manusia dalam sosial nampaknya radio persyaratan ini. nya siaran kita dapat khalayak ke , dengan melalui radio pesan-pesan mencapai khalayak. medium pulalah persuasi , informasi, pendidikan bahkan dengan cara-cara itu dapat membuka kemungkinan untuk berdialog.

adalah komunikasi yang , ia menjadi dikala atau dapat peristidimana-mana waktu hampir bersamaan. Iklan yang efektif, merupakan kesepakatan antara pemasang iklan atau produsennya dengan penuliiklan penggagas Kesepakatan menyangkut penyampaian pesan penjualan kepada para pendengar.

Dalam memproduksi iklan radio, seorang pembuat iklan harus mendapatkan informasi yang selengkap-lengkapnya menyangkut apa yang akan dipasarkan , spesifikasinya , keunggulannya , nilai lebihnya dan segala ihwalnya. Dari informasi inilah pembuat iklan mengembangkannya karya radio berkualitas. utama sebuah radio kreasiyang sasar. karenanya, tugas aspek kreatifi Unsur-unsur iklan , melodi jingle) arranger memang , ce atau dubber Presenter penyiar) pengisi SFX-man penata effect, juga jenis yang dipakai sound atau penata Tahapan tentu diruntutkan kebutuhan.

dalam tertentu saja tukar Misalnya, jingle- jingle saja siap baru melodinya, tidak kemungkinan sebaliknya Setelah iklan diikuti seleksi atau Atau diperlukan maka itu terlebih Baru dilakukan suara atau reproduksi mendapatkan Percuma jika sebuah iklan terekam secara sempurna namun reproduksi yang sampai ke radio-radio yang menyiarkannya ternyata rendah.

bukan karena radio dapat menyajikan siarannya dalam kualitas hi-fi yang unggul, namun yang paling penting dari itu adalah, 80 kejernihan pesan target Semakin iklan ditangkap oleh pendengarnya, maka semakin efektif pula dalam penyampaian pesan penjualan. C. Book , dkk. : Radio was expected to die as an advertising medium when

television entered the scene. It did not.

Radio Revenues did dip drastically, but broadcasters examined the medium for its strength, fed and exercised them, and came up with new programming- and commercial health. Today, radio is a potent selling tool for good reason (Radio mati sebagai periklanan masuknya televisi Hal tidak. radio tetap drastis k tetapi menjadi ujian praktisi agar kuat, tetap mereka juga melakukan latihan , dan tumbuh dengan tatanan program baru dan sehat iklan.

Radio masa adalah alat untuk yang ". ulis untuk telinga, bangkitkan imajinasi pendengar, memiliki gagasan yang kuat, target sasaran pendengar, menciptakan suasana produk, menciptakan perangkat memori pendengar dengan kata khas, mendapatkan perhatian secara cepat, menciptaka nama produk, pesan tidak terlalu banyak , dibuat dengan jelas serta menarik, buatlah terkesan penting, terkesan ramah, berikan sesuatu yang dapat dilakukan pendengar, pastikan humor adalah lucu, dan penyampaian pesan tidak cukup hanya sekali".

siaran tidaklah s, jarang begitu dan radio penuh Mereka melakukan lain radio Barangkali dari iklan dasar-dasar ketertarikan, keterlibatan, keyakinan dicapai setiap komersial Iklan-iklan yang bagi iklan menolong penjualan bahkan kerugian menjadi keuntungan. Banyak cara yang dilakukan oleh pembuat spot radio memadukan efek dialog, musik satu. iklan dengan yang dan yang pula.

iklan format, dan yang berbeda bersimembujuk menarik Misal "problem-solution" membutuhkan dari yang diikuti tampilan Dalam iklan slice-of-life ", utamanya dari tidak (ignorance) terhadap produk, melewati 'percobaan produk' menuju kesadaran akan pada (awareness). naratif aturan' storytelling' tegas. Dan Format 'demonstration' menampilkan produk sedemikian rupa hingga tampak bekerja dalam dengan tertentu.

lainnya presentasi tertimonial, dan biasanya pada tunggal atau konsumen. tambahan, dari tersebut menggunakan yang secara dengan format berbeda problem solution, ignorance-trial, awareness, naratif, demonstration, format produk, dan membahas dan membawa kepada penemuan, mencerisebuah mengenai produk. Lebih C. Book , dkk.

: "The Five Following advantage stand out : (1) Radio is ubiquitous (2) Radio is selective, (3) Radio is economical, (4) Radio is fast, (5) Radio is participator. Any or all of these characteristics of radio can be used to advantage by creative advertiser and agencies to prepare and present commercials that (ada keuntungan yang dari sebagai penjualan Radio terdapat bersifat hemat, cepat, media yang berperan serta)".

Proses Administrasi Penyiaran Iklan Radio Dalam implemetasi proses pemasangan iklan di penyiaran radio , dari pengalaman penulis adalah sebagai berikut : Klien akan memesan pembelian air time kepada staf penjualan stasiun penyiaran radio, kemudian administrasi penjualan membuat "placement order" berdasarkan persetujuan antara staf penjualan dan klien yang tertuang dalam "media order " termasuk nilai iklan yang sudah ditanda tangani dan disetujui kedua belah pihak.

Langkah selanjutnya 81 adalah dari hasil negosiasi dan koordinasi dituangkan dalam berkas tertulis bentuk nya" MOU " . Secara internal MOU tersebut akan dikoordinasikan didalam internal organisasi mulai bagian keuangan, program dan 'traffic', dimana arsip asli disimpan oleh staf penjualan.

Setelah itu, pihak stasiun penyiaran akan menerima materi siaran berupa materi iklan (Jingle, Spot dalam bentuk rekaman atau materi baca jika dalam bentuk iklan adlib) . Jadwal penyiaran dibuat oleh ' traffic ' mengacu pada MOU atau perubahan-perubahan tertulis jika ada revisi dari klien sebelum jadwal pengudaraan pertama. Jadwal tersebut harus disetujui oleh klien dan ditanda tangani.

Jadwal yang disetujui dilaksanakan bagian dan akan waktu pemutaran (dan) catatan siaran tercantum "log ". inilah menjadi siar lampiran atau kepada klien. Peran dan Tugas AE (Account Executive) di Radio Memiliki pokok segala aktivitas secara berdasarkan kerja, pelaporan senantiasa pada pelayanan penjualan sales service function). lingkup seorang (Account Executive) mengikuti dan penjualan keningkat (sales effort) konseptual.

dengan sehari-hari AE terlibat dalam tim departemen /sales, dan diri perangkat kerja menghadiri mengikuti aktif meeting kontinyu, selalu melampaui minimal kinerja marketing, pribadi committing oneself) upaya target (station's billing goal), prioritas penjualan, penekanan fokus pada aktifitas, sebagai acuan yang utama, mengikuti dan mencermati ragam (a basic sales menu) sponsorship, packages, retailing, sales promotion disamping adlib dan commercial spot.

Jenis-Jenis Iklan di Penyiaran Radio Format Iklan media radio Chester, : " No matter which type of commercial is being used, form must be considered. The time available governs the choice of form, but it does not rule out any of the following. Combinations of the differents forms may be used: (1) Straight selling or description; (2) Testimonial ; (3) Educational ; (4) Multivoice ; (5) Dialogue ; (6) Homorious ; (7) Musical tanpa tipe-tipe klan yang digunakan, format harus dipertimbangkan.

Waktu yang tersedia memang untuk menentukan pemilihan format, tetapi sebenarnya

tidak mengatur yang berikut ini. Kombinasi bentuk-bentuk yang berbeda mungkin bisa digunakan : Format Penjualan Langsung atau Deskripsi Format merupakan yang umum paling dipakai. prinsipnya aspek dan yang terkait materi yang disampaikan. Format ini akan sangat bergantung pada penyiar dan "copy of the ear."

Sebuah pertanyaan sering ditanyakan " penyiar membuat sebagai rekomendasi sendiri?" pada semua radio bahwa penyiar dak malakukan semacam dalam rutinnnya, mungkin ia untuk atau demikian "show tasnya." pernyataan " toko kami" " Kami melakukan ini yang sama akan membuat antara un dan menjadi membingungkan. paling adalah untuk keadaan 82 kejadian itu, kalau tersebut merupakan yang harus diikuti Testimoni Format mungkin rekomondasipersonal bintang dalam program, atau atau sebuah pernyataan selebritis "konsumen pengguna merasa Format bisa menjadi pengaruh tambahan, tergantung dengan perasaan yang ada di benak dan hati pendengar.

Mereka bisa mencoba produk direkomendasikan "rekan" atau bahkan bintang tamunya. Ji tersebut menunjukkan pengaruh yang sifatnya negatif. Metode tidak langsung banyak di oleh para komedian/pelawak. Edukasional Format akan jika berencana menggunakan "sirkuit yang / long circuit" "al- / reason - why." penulis bidang advertising, Albert W. Frey, bahwa edukasional "memberikan bagi konsumen yang sengaja mendengarkan iklan sebelum mereka membeli.

Jadi mereka akan membandingkan serta mempertimbangkan terlebih dulu untung dan rugi.... Iklan semacam ini paling sering digunakan untuk mengiklankan produk-produk yang agak mahal... dan biasanya bisa digunakan atau dikonsumsi dalam jangka waktu yang rel Multivoice Iklan jenis ini biasanya terdiri berbagai jenis/macam suara dalam suatu susunan yang klimatis; format tanya jawab mengawali/memberi untuk pesan iklan; kalimat-kalimat mengarahkan pendengar slogan frasa yang dibacakan; atau bisa juga digunakan repetisi atau perulangan.

Dialog Jenis iklan semacam ini bisa merupakan iam kegiatan produksi bisa dengan sound dan Seorang bisa dibuat terlibat percakapan/berkelakar dengan bintang tamu. Beberapa sponsor sering kali menggunakan gagasan playlet dengan menggunakan pol cowok/cewek jatuh Rumusan pola ini dipakai iklan. dalam dialog kali dalam perhatian tetapi pendengar kurang suka produk diiklankan iklan ini akan memuakkan.

iklan memakai humor perkembangan dari teknik penggunaan format dialog dal Humor Dalam tahun penggunaan humor iklan meningkat. Diantara satu pengguna humor iklan adalah Volkswagen Alka Seltzer. Alasan utama penggunaan humor adal mungkin pendengar. ada iklan bernuansa serta tetapi bagian akhirnya dicantumkan juga selipan

humor.

Iklan-iklan dengan musik Iklan saat sudah banyak Beberapa memiliki aslinya ada yang atau pada yang populer atau bahkan mereka mengambil irama dari musik klasik di TV biasanya juga diputar sebagai iklan di radio. 83 Elemen Iklan Radio Elemen-elemen radio iklan terbukti ah senjata ke stimulasi produk ditawarkan. beberapa yang diperhatikan dalam elemen iklan tersebut : 1. Seorang merasakan yang itu bermanfaat dan bernilai.

Informasi itu misalnya : Sesuatu yang baru : Perkembangan baru, Peng 2. Suatu penampilan yang dengan Hal berguna meng 3 Iklan ilustrasi mengungkapkannya Ilustrasi baik berupa (Karmusik) lagu diciptakan ikla; (umumnya disebut ' music bed ') ; smash (musik kejut) ; sound effects (SFX) . 4.

Jumlah kata dalam suatu iklan radio atau spot radio maupun voice over pada jingle berkisar : v 25 Kata untuk durasi 10 detik v 45 Kata untuk durasi 20 detik v 65 Kata untuk durasi 30 detik v 100 Kata untuk durasi 45 detik v 125 Kata untuk durasi 60 detik v 190 Kata untuk durasi 90 detik v 250 Kata untuk durasi 120 detik 5. Pengsuar secara selaras tuntutan . suara Pria, , Ini dipadukan musik latarnya, namun penekanannya pada suara yang termaksud. 6.

Format demonstrasi mengkomunikasikan suatu digunakan atau menyebutkan kegunaan-kegunaan dari produk tertentu. 7. Iklan menguatkan yang oleh lainmisalnya televisi dengan meng dengan kampanye suatu produk tertentu. 8. Iklan harus menjangkau daya dan rasa khalayaknya , sehubungan dengan pesan utama iklan yang dibuat. 9.

Iklan Radio yang baik adalah iklan yang cepat ditangkap oleh pendengarnya. 10. Iklan yang mempunyai keberhasilan pada yang dituangkan dan yang citra produk benak pendengar / khalayak. 11. Iklan perlu dalam aktif, kata-kata tidak sajikan pesan itu ' sederhana' mungkin. 12.

Iklan radio harus halayak sebanyak-banyaknya 84 Elemen Kunci Sukses Periklanan Radio Dan materi yang tentang Key Element of Successful Radio Advertising bahwa Good Commercial (Radio Advertising), hanya sesuatu menghibur, harus menjadi yang pendengar untuk sesuatu kita pendengar Kita tahu pendengar seperti apa yang ki Most Desired Response (MDR) .

Kunci Suksesnya adalah sebagai berikut : Manfaat yang bisa dijual dari suatu produk Orang akan hanya produk pelayanannya, mereka menginginkan dari itu ngga memberi

tambah mereka. Buatlah sadar kebutuhan sendiri, katakan produk bisa mengatasi masalah mereka. **Informasi yang menarik dan** bernilai Sampaikan yang dan bagi bukan (melulu) mengenai si pemasang iklan.

Informasi komersial harus senantiasa terfokus pada kepentingan pendengar. Menampilkan kesan Kalau membaca maka akan mudah setiap iklan koran tersebut. Tapi telinga kita, tidak dapat melakukan scan. Tidak ada yang mendengarkan selama detik. kita film, tidak mengingat adegan, adegan akan dengan sendirinya dalam ingatan kita.

Begitulah iklan Fokus harus pada pendengar, bukan pada pengiklan sudut pendengar, kejahatan naskah yang terbesar. "WHAM" Why and How does this Affect Me?) adalah pembel Iklan yang sukses mewakili perilaku umum manusia Masukkanlah situasi iklan, pendengar menghubungkan itu dengan dan "ooohh...saya mengalami Anda membuat tertawa, harus membuat ucon. sesuatu membuat mereka menyadari apa yang terjadi pada hidup mereka.

Semakin itu berhubungan, semakin itu nyata, maka semakin lucu. Jangan membuat iklan radio berdasarkan lembaran fakta atau point-point Agensibiasanya membuat yang dibacakan, seorang penulinskah berpikir membuat radio poin-poin tersebut. Itu bukan iklan radio. Pengaruhi emosi pendengar Radio kemampuan untuk emosi Jangan menggunakan kata-kata untuk orang. mereka secara emosional.

85 Berikan pendengar alasan spesifik kenapa mereka harus bereaksi atas sebuah pesan iklan Tidak dengan mengatakan ta barang Kenapa harus membeli obralan dari bukan kompetitor Berikan yang lebih spesifik. Mengapa? Mengapa mereka harus bereaksi? Berikan mereka alasan. Gunakanlah bahasa yang aktif, jangan pasif yang diraih liburan pekan romantis pedesaan" adalah contoh kalimat yang pasif.

"Anda bisa memenangkan hadiah liburan akhir pekan yang romantis pedesaan" adalah kalimat aktif, meletakkan pendengar pada kalimat. Gunakan bahasa yang spesifik Contoh, Anda mengiklankan sebuah restoran dan harus menggambarkan makanan di restoran itu "lezat", kata sudah umum. Anda "Datang dan masakan kami", tidak memberikan buat untuk apa mereka datang.

Sebuah restoran memang sudah seharusnya menyajikan makanan lezat! coba dengan yang katakan Fried It's lickin' good. Gunakan bahasa sehari-hari ini pukul tiga pagi" mengatakan dan tiga puluh tempatkan tersebut realitas. dengan untuk menyampaikan pesan Anda. Identifikasikan pesan inti iklan Anda Apa kunci utama yang Anda ingin pendengar Anda untuk dengar, mengerti dan ingat? Banyak iklan radio tidak memiliki pesan inti iklan, atau bahkan memiliki lebih dari satu.

Katakan pada pendengar Anda dengan jelas, bagaimana memanfaatkan penawaran Anda Jika dimanfaatkan formulir telfon, kredit, katakanlah dengan jelas bagaimana melakukannya! Antisipasi keberatan atau bantahan Jika target pendengar Anda kira-kira menentang pesan iklan Anda, jangan berpura pura Anda tidak Carilah untuk melalui Anda. statement tempat sky, kamimenaikkan Karena bisa!" kemudian dijelaskan mereka jumlah supaya tetap dan tidak perlu mengantri.

Kenali yang sebenarnya dari produk Anda Jika Anda ditujukan kalangan akuilah. pesan permen yang pedas "Sebelum mencoba kami, dulu orang Yang disampaikan permen mungkin terasa sangat pedas untuk beberapa orang. Sampaikan sebuah cerita Jangan orang mengingat fakta. tidak mau. lewat cerita, dan pesan Anda akan terus melekat.

86 Headline Jika tidak orang akan lebih Di radio, pembuka adalah Bagian iklan merupakan untuk iklan sendiri. Anda akan perhatian Anda kesempatan itu. Buatlah headline Anda "bernyanyi, bersinar atau mengejutkan" pendengar. Kemampuan klien untuk menyampaikan pesan Anda menghadapi yang iklan Jangan biarkan Anda dan pendengar justru Ada klien yang bisa memahami pendengar radio, **tapi ada juga yang** tidak. Ketahuilah kemampuan klien Anda. Target Penjualan pemahaman penghayatan orang harus dalam pemikiran tindakannya.

stasion terutama ah produksi sudah tinggallah mempertanyakan memasarkannya. menjawab itu adanya luar (vigorously) anggota penjualnya, diri pemasarannya Bidang ini, sanggup kedepan mematok tujuan yang jelas & gambling. Menetapkan yang Bekerja keras siapapun, keunggulan kompetitif pesaing semakin dapat ringan.

dan mesti demidapat ke ngkat dengan dana tingkat Di ng tarif (Pricing) adalah manajemen Jangan khawatir obsesi secara h impi anda. Sudah menjadi kodratnya, bahwa seorang manajer pemasaran brodkas dan seluruh anggota timnya menjadi petarung Fighter). karena tugasnya, penjual perlu tulus murah . itu tidak sikap ke depan keyakinan Hanya upaya diri menerus, penjual pula kompetensinya, smenya juga untuk pasar.

dipacu bersikap karena sadar, kepengecutan wajah tidak usahanya eksekusi. dalam dunia pemasaran dan penjualan eksekusi itu disebut "penutupan" atau closing. Product Positioning Strategy Di Radio Secara mendasar pengelola lembaga penyiaran radio, menurut teori manajemen pemasaran masuk kedalam klasifikasi produk jasa, karena menawarkan sesuatu yang bersifat tidak berwujud, namun dirasakan Lembaga radio kegiatan memilih satu dari program ditawarkan, infomasi, menikmati dan menambah untuk edukasi pendengar manfaatnya.

tersebut untuk memenuhi need & wants-nya. Salah cara menempatkan lembaga radio lebih dibanding ngnya ah memberikan pelayanan lebih dibanding pesaingnya senantiasa program-programnya ciri inovatif memungkinkan radio berbeda yang Sebuah penyiaran tidak dituntut sekedar "needs & wants" selera pendengar, harus mengidentifikasi pendengar jasa radio berikan tanggap mencari menciptakan radio akhi menjadi pendengarnya.

penyiaran harus mahal 87 konsep tersebut, ketika pertama kali menggarap target pendengar yang dibidiknya, dengan sebuah proses bagaimana pendengar, saat ini hingga masa depan akan datang dan berminat dengan jasa radio ditawarkan pada mereka lembaga tersebut karena "need & wants-nya terpenuhi. Positioning Dalam lingkungan persaingan media media yang semakin ketat, citra produk atau program yang oleh penyiaran o berbeda media merupakan hal penting.

(Pendengar pengiklan) cenderung antara program yang dengan radio Gagasan adalah (Pendengar pengiklan) sadar tidak membuat jenjang mengenai program dari segi, kualitas yang dibandingkan lembaga radio Kotler dalam "Marketing Management : Analysis Planning, Implementation, And Control" positioning sebagai "Positioning is the act of designing the company's offer so that it occupies a distinct and value place in the target customer's mind".

Jika diterjemahkan secara bebas pernyataan diatas menyebutkan bahwa positioning adalah tindakan untuk merancang penawaran-penawaran perusahaan sehingga ia akan menempati tempat yang khusus dan bernilai dalam benak konsumen sasaran. Al Ries Jack Trout hal didalam mereka Positioning: The Battle For Your Mind bahwa : "Positioning starts with a product.

A piece of merchandise, a service, a company, or even a person. But positioning is not what you do to a product. Positioning is what you do to the mind of the prospect. That is you position the product in the mind of the prospect." Artinya bahwa bermula produk, sepotong dagangan jasa, atau orang. tetapi bukanlah yang terhadap di dalam calon singkat dikatakan sangatlah untuk mengubah apa yang sudah ada dalam benak konsumen.

Jadi dapat ditekankan bahwa pendekatan positioning untuk yang di benak serta kembali yang ada benak tersebut. persepsi terbentuk sudah sesuai dengan yang ingin ditanamkan oleh sebuah lembaga penyiaran radio melalui Product Positioning-nya, pendengar menempatkan radio ditawarkan penyiaran radio tersebut pada tempat teratas didalam benaknya (Top Of Mind).

Dynamic Positioning (Posisi Dinamis) di Radio dapat dalam yang akan lembaga radio suatu baru radio Lembaga radio mengembangkan yang bertahan perubahan-perubahan terjadi lingkungan penyiaran Lembaga raditihanya sekedar pendengar, terlebih dituntut mengembangkan strategis lembaga radio perusahaan masyarakat pasar industri agar iklan menjadi nadi lpenyiaran tidak karena persaingan ada masa iniPencapaian si dalam sebuah lembaga penyiaran radio adalah suatu proses yang membentuk banyak dimensi.

Proses ini terdiri dari tiga tahap yang saling berkaitan, yaitu pencapaian posisi program radio sebagai produk, pencapaian pasar target "air dan posisi penyiaran sebagai yang Setiap interaksi yang dan mempengaruhi lainnya. dirangkai membentuk yang besar dibandingkan masing-masing. bila satu tersebut maka keseluruhan pencapaian si diakan Model secara (dynamic positioning) dapat digambarkan sebagai berikut : 88 Gambar 32.

Posisi Dinamis di Radio Dari gambar posisi dinamis diatas maka terdiri dari tiga tahapan yang saling terkait, yaitu : Product Positioning (Posisi Program) di Radio Strategi ini mempunyai pengertian sebagai suatu strategi yang digunakan untuk menanamkan suatu cykl sehingga atau radio lebih dibanding produk program pesaing. itu proses harus dari atau program itu karena memperoleh yang di radio, lembaga radio membedakan melakukan produk prgram radio tersebut.

Tujuannya adalah memberikan suatu posisi yang unik di industri radio atau pasar radio. Market Positioning (Posisi Pasar) di Radio Pencapaian pasar ditentukan persepsi Kunci pencapaian ini kredibilitas atau radio lembaga radio bersangkutan. Corporate Positioning (Posisi Lembaga Penyiaran) di Radio Pencapaian lembaga radio perusahaan pada faktor, kekuatan sejarah dan kepribadian eksekutif atas.

faktor paling dalpencapaian lembaga penyiaran sebagai adalah keuangan. posisi menduduki hirarkipencapaian yang sesuatu unik keseluruhan perusahaan. Product Positioning Differentiation di Radio Memposisikan dengan di radio hal yang diperhatikan lpenyiaran karena penempatan radio produk dapat citra unik nama penyiaran yang bersangkutan. sebuah atau di penyiaran merupakan gambaran rancangan programming kaitannya produk-produk yang baiknya produk yang oleh penyiaran sejenis.

Differentiation positioning radio merupakan penempatan yang 89 disengaja untuk dengan pesaing, agar tempat yang pada target tertentu pada ompok iklan membeli air time lembaga penyiaran radio. Strategi-Strategi untuk Product Positioning di Radio Ada strategi positioning lembaga radio menggunakannya menempatkan radio produk

produk pesaing-pesaing di dalam pasar radio. Position On Product Feature Adalah sikan atau yang dari program dan sehingga tersebut memuaskan mempunyai tersendiri.

Sebagai dalam ini : yang seperti , yang apakah ciri program atraktif, talkshow wawasan, talkshow pendengar, talkshow program talkshow to program talkshow tunggu-tunggu, musik familier, program musik disukai, program musik ditunggu-tunggu, penyiar berbobot, program off air berbobot, kuis-kuisnya menarik, dan lain-lain. Position On **Benefit Adalah manfaat yang** pendengar program yang ditawarkan oleh lembaga penyiaran radio.

Teknik pendekatan ini mempunyai hubungan erat dengan metode position on product features. Contoh : apakah **lembaga penyiaran radio yang bersangkutan** sebagai komunikator tepat, yang atau media entertainment yang tepat. Position On Usage Adalah tehnik yang berhubungan dengan menempatkan segi manfaat dan sering dihubungkan dengan setelah produk jasa Contoh apakah lembaga raditersebut mitra saat menambah wawasan, kerja, mendengarkan radio menambah tepat sebagai teman bersantai/rileks.

Position On User Adalah pendekatan yang menghubungkan produk atau program radio dengan pendengarnya atau dengan target-target pendengar. Lembaga penyiaran radio seringkali harus menonjolkan daya yang kepada sesuai persaingan terjadi industri radio atau pasar radio. Position on Against Competition Adalah penempatan produk atau prgram radio dengan menyerang bagian yang terlemah dari lembaga penyiaran radio pesaing, dengan tujuan untuk meyakinkan pendengar dan pengiklan bahwa produk atau program radionya berbeda dengan produk pesaing.

Dalam hal ini lembaga penyiaran secara atau langsung membuat dengan produk Contoh Radio bersangkutan paling memiliki khusus, lembaga radio berkualitas lembaga radio yang merupakan radio terkenal/ memiliki network radio nasional yang kuat, dan lain-lain. 90 AE Radio (penjualan personal) Ada 4 era pendekatan pemasaran secara umum tentang Peran Penjualan Personal, sesungguhnya sekarangpun tetap oleh pengusaha, 1).

Era Produksi (Sebelum 1930), 2). Era Penjualan (1930-1960), 3). Era Pemasaran (1960-1990), 4). Era Kemitraan (Setelah 1990). **Yang wajib dilakukan oleh** Tenaga Penjualan atau Account Executive [AE]) ? 1) langsung calon baik Agency Pemasanga langsung, disebut 2). Pelayanan Publik Pemasang 3). Internal dikantor, datang kantor 4). Pelaporan (Laporan Laporan Laporan 5). hal-hallain yang tercantum dalam Description.

Beberapa bentuk ganjaran atau imbalan yang bisa diterima oleh Tim Penjual : 1).

Kepercayaan dirinya tiberupa & rasa 2). Uang, atau 3). pokok 4). Bonus, 5). karier, Manajemen. Tipe Hubungan Kemitraan yang harus dibangun oleh Tim Pemasaran Radio anda 1). Transaksional, Hubungan Personal panjang, a). fungsional Hubungan fungsi serta wewenang formal, b). Hubungan Kemitraan : Jalinan hubungan manusiawi yang tidak memandang posisi, sama-sama dan membantu. c). Strategis.

Kedudukan fungsi dimanfaatkan kepentingan Hubungan Bisnis yang disebut berhasil: Bila hubungan bersifat mempercayai Keterbukaan dan 2). mencapai bersama tmen untuk mendapatkan Tindakan-tindakan yang secara konkrit dapat kita lakukan untuk menjalin hubungan kemitraan yang baik: 1). Mengirimkan ulang perusahaan atau juga tahun pimpinan pengambil termasuk media planner- nya, surat atas pembayaran dibayar tepat waktu.

berkala news letters semua 3) informasi setiap perubahan perkembangan terjadi radio Tahapan perkembangan hubungan tim Tim Penjual dengan pasarnya? Mengembangkan dan khalayak (terutama calon Kliens), 2). Proaktif melakukan pencarian prospek, memperkenalkan diri, produk, manfaat, keunggulan kompetitif dll. 3). Pengembangan dengan lebih bertindak ofensif dan progresif Menciptakan komitmen dengan klien untuk saling menguntungkan usaha masing-masi (Commitment) terputus, (Dissolutionment).

Anda sebaiknya merintis jalan untuk melaksanakan pemasaran dan meningkatkan penjualan, dengan memperhatikan model Era Kemitraan sekarang ini: hubungan manajer. teknologisecara optimal meningkatkan Meningkatkan ketrampilan penghayatan normatif serta etika bisnis Penguasaan Prinsip-prinsip Komunikasi akan mengantarkan anda menuju keberhasilan penjualan di Radio anda 1).

secara setiap yang dengan komunikasi, agar dapat menerapkan ketrampilan berkomunikasi secara efektif, dengan menyadari keakuratan berkomunikasi serta mengatasi kendala komunikasi Melaksanakan Proses Kemitraan : mulai melakukan ke Seberapa jauhkah pentingnya Prospecting ? Dan bagaimanakah karakteristik Prospect yang baik? 1). perhatikan, ada disebut dan kebutuhan?, apakah memiliki kemampuan membayar?, 3). Apakah prospek memiliki otoritas untuk memutuskan membuat order?. 4).

Apakah prospek hatinya peluang menggunakan anda?, lain, anda dapat mencatatnya untuk kepentingan anda sendiri? Arus order iklan berproses, mulai dari Klien menulis order, mengirimkan kepada station anda dan anda menyiarkannya, sampai klien membayar tagihan (biaya penyiaran iklan) yang anda sodorkan? : 1). penyiaran dari dikirimkan alamat / anda. Order oleh administrasi 91 marketing, diparaf / difiat

Marketing (atau marketing), diserahkan traffic data 3).

dibuat pengaturan spot atau untuk kirimkan (difax) Klien, di / dan dikembalikan station 3). /adlib sesuai seperti telah pada penuntun bersamaan daftar daftar dan lain harus oleh dan/atau 4). seluruh disiarkan sesuai dibuatlah penyiarannya siar) lampiran penagihan dengan secukupnya lampiran sesuai (mis.

Dokumen Administrasi untuk urusan Perencanaan Sales Call itu perlu. anda atau Tim Penjualan anda memang harus segera melakukan tugas Sal segala antara Sales dan Informasi melakukan penjualan yang sebut Suspecting Prospecting. Yang harus anda (Tim anda) kunjungi: calon iklan kita bisa Prospek vidual. Dan bisa arti yang yang bersifat sesuai atau keputusan berwenang, sebagai Informasi.

Perlunya merancang sasaran yang dituju dalam melakukan penjualan (Setting Call Objectives) dan beberapa sasaran yang lain. Yang mesti disiapkan Memang perlu! harus sudah bagaimana membuat perjumpaan ntment), kalau terjadi yang Jangan sebelumnya berjumpa orang tepat waktu tepat. Dalam proses negosiasi yang harus dilakukan adalah: Karena dituntut komunikator efektif, anda sekedar bicara, tetapi juga harus menjadi pendengar yang efektif.

Anda harus tidak boleh melewatkan kesempatan itu untuk melakukan penggalan informasi (Verbal Probing); Mengupayakan keselarasan pandang; membangun selama calling, presentasiyang itu penting. perhatian tetap dan pengertian Jangan lupa mengingatkan apa telah ucapkan klien. Perangkat utama yang mesti disiapkan oleh Tim Penjual anda? Perlengkapan Komunikasi (Communication Tools): 1).

Portfolio Models, & Bukti (Testimonials); Elektronik; Product (Program) Proposal Tarip Card); saja wajib yang disodorkan. Untuk Penjualan Grup Perangkat seefektif misalnya LCD Flip Chart peragaan lain. **Yang harus anda lakukan** Terhadap Keberatan atau Keluhan Klien, dengan memahami kebiasaan yang mereka sampaikan untuk mengidentifikasi keberatannya itu, yaitu: 1) Bersiaplah dengan merespons terhadap keberatan atau keluhan klien secara bijaksana dan tidak serta merta menangkis, 2).

Keberatan yang pada Umumnya ditunjukkan oleh klien salnya Tidak jasa 3) informasi banyak, 4). Belum pernah menggunakan radio sebelumnya, 5). Memang tidak begitu tertarik (Just Not 6). faham, Tidak dengan radio 8). suka perusahaan 9). Tidak pada Penjualnya, Tidak uang, tidak dengan yang 12). waktu berpikir. Persiapan untuk menanggapi : Kembangkan Positif 2). Keberatan, Santai Dengarkan–Jangan menginterupsi, 4). Evaluasilah Keberatan mereka.

Mengapa orang “membeli” (jasa radio anda)? Hanya jawaban patut dan : solusi atas problema yang dihadapi, dan 2). Karena perasaan nyaman dan suka saja. 92 Aktivitas Marketing Radio Aktivitas radio banyak antara Penelitian Promosi Periklanan, Tarif Pembuatan Perusahaan, Promosi media lainnya dan aktivitas air departemen keuangan, dll.) Yang spesifik anda adalah aktifitas dilakukan hari AE ExecutiRadio dapat melaksanakan sebagai bisnis radio yang aktivitas penjualan yang langsung diharapkan dapat menjadi ujung tombak perolehan penghasilan station. Penjualan ini operasional pemandu bagi produksi, manajemen pemasaran.

disiplin tidak maka terdapat sesuaian apa diinginkan klien apa mereka Tenaga sekarang banyak berperan konsultan perusahaan klien, peran juga kali Menjual orientasi sedangkan pengertian terhadap -nilai tingkah kegiatan pelanggan masih lagi yang kontemplasi dan yang penuh keunikan dalam penerapan keilmuan maupun intui 93 Radio dan Teknologi Apa pernah oleh bert : Everything should be made as simple as possible, but not simpler” seakan kenyataan, o teknologi pendukungnya dapat media lebih powerful sekedar suara biasa.

Saat ini beberapa Broadcaster di Indonesia khususnya yang menggeluti bisnis radio AM dan FM sudah dan mulai mempersiapkan pengembangan radio berbasis teknologi digital. Urgensi radio ini banyak oleh kepadatan penggunaan frekuensi di jalur FM, yang dipicu oleh euforia otonomi daerah dan tumpang tindihnya kewenangan pusat Kominfo), Daerah Perhubungan) dan KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) / KPID (KPI-Daerah).

Radio Digital Di era Radio Digital, efisiensi penggunaan kanal frekuensi akan menjadi jauh lebih tinggi karena satu frekuensi lebar sama satu radio dapat program yang banyak. itu sistem digital sangat terjadinya konvergensi dimana siaran tidak lagi dan infrastruktur transmisi seperti FM transmitter, pemancar, transmisi antenna, dengan dan dapat program melalui penyedia transmisi Primary Distribution Network Provider) nantinya berupa Telecom Operator, (Internet Service Provider), Television Network Provider maupun Radio Network Provider. Lihat Figur 2.

Dari pelanggan, manfaat diterimanya radio portable device handphone, (Personal Digital Assistance) dalam dekat muncul perangkat bernama ubiquity device dengan tersebut, dapat siaran sekaligus segala layanan lainnya TV, Cellular communication kapan saja dan dimana saja. 6 94 108 format, dan memiliki error correction coding yang lebih kuat bernama Reed-Solomon coding.

Walaupun DAB dan DAB+ tidak bisa dipergunakan dalam aplikasi mobile TV karena tidak dilengkapi video codecs, namun teknologi ini menjadi dasar bagi pengembangan

DMB Digital Multimedia Broadcasting dan DAB-IP, keduanya dikembangkan di Korea, yang dapat dipergunakan sebagai mobile dan TV, dilengkapi teknologi codec MPEG AVC untuk dan untuk DMB deo dapat mudah kepada setiap DAB transmission.

Teknologi dapat pada Band VHF Very High Frequency) MHz saat dipergunakan siaran dan TV khususnya kawasan Indonesia kanal setara kanal dipergunakan program saat ini, dapat dibagi menjadi 4 sub kanal berlebar pita 1.536 MHz, yang masing-masing dapat diisi sampai 10-16 program siaran radio, sehingga total satu kanal VHF dapat menampung sekitar 40 - 64 program radio. Lihat Figur 4.

Saat ini, ada beberapa standar radio digital yang sudah dikembangkan oleh International Telecommunications DAB (Digital Audio Broadcasting) dan DRM (Digital Radio Mondiale) yang keduanya merupakan standar yang mengacu pada teknologi yang berasal dari Eropa, sedangkan HD-Radio / IBOC (In-Band On-Channel) dari Amerika Serikat dan ISDB-TSB (Integrated Services Digital Broadcasting – Terrestrial Sound Broadcasting radio digital dari Jepang. Lihat Figur 3.

Teknologi DAB yang juga dikenal dengan Eureka 147, telah dikembangkan sejak awal tahun 1980-an, yang awalnya diadopsi oleh beberapa negara di Eropa, saat ini sudah diadopsi secara luas di seluruh dunia. Pesawat penerima DAB sudah tersedia di pasar sejak pertengahan 1998 saat harganya menjadi sangat affordable. Teknologi berbasis MPEG-1 Audio Layer II audio codec ini dikembangkan dan dikoordinasikan oleh WorldDMB.

Dalam perkembangannya pada November 2006 teknologi DAB+ yang lebih sempurna yang berbasis HE-AACv2 audio codec, yang juga dikenal sebagai eAAC+. Dilengkapi dengan MPEG Surround sempurna berbasis HE-AACv2 audio codec, juga sebagai eAAC+. dengan MPEG Surround format, memiliki error correction coding lebih bernama Reed-Solomon coding.

DAB DAB+ bisa dalam mobile TV tidak video codecs, teknologi menjadi bagi DMB Multimedia dan keduanya di yang dipergunakan sebagai mobile radio dan mobile TV, karena dilengkapi dengan teknologi video codec yaitu 4 untuk dan untuk DMB sub-channel dengan mudah ditambahkan kepada setiap DAB transmission. Teknologi dapat pada Band VHF Very High Frequency) MHz saat dipergunakan siaran dan TV khususnya kawasan Indonesia kanal setara kanal dipergunakan program saat ini, dibagi 4 kanal pita MHz, masing-masing diisi sampai 10-16 program siaran radio, sehingga total satu kanal VHF dapat menampung sekitar 40 - 64 program radio.

Lihat Figur 4. Penambahan Multimedia Processor berteknologi DMB pada jaringan operator

pene- Figure2. Figure 3.

DAB (Digital Audio Broadcasting) ééééé- ééééééééééééééééééééé - ééé -
éééééééééééééé Digital Audio Broadcasting) ééDigital Radio Mondiale)
éééééééééééé éééééééééééééé éééééééé ééIn-Band On-
Channel)éééééééé ééIntegrated Services Digital Broadcasting – Terrestrial Sound
Broad castingééééééé ééééééééééééééééééééé Lihat Figur 3.

Teknologi yang dikenal Eureka 147, dikembangkan awal 1980 yang diadopsi oleh negara Eropa, saat sudah secara luas seluruh Pesawat penerima sudah di pasar pertengahan dan saat harganya menjadi sangat affordable . **berbasis MPEG-1 Audio Layer II audio codec ini** dan dikoordinasikan WorldDMB. Dalam pada - vem ber 2006 teknologi yang 95 biasa sangat terjangkau masyarakat pada Ujicoba IBOC pernah di dan (radio sementara DAB, DAB+ juga pernah dilakukan oleh FRJI (Forum Radio jaringan Indonesia) dan RRI. **DAB (Digital Audio Broadcasting)** Dari plus standar radio yang Indonesia peraturan menteri No.

Kominfo/4/2009 DAB ly standar digital Indonesia. DAB Audio dialokasikan frekuensi III VHF (174-216 MHz). Teknologi yang dikenal Eureka 147, dikembangkan awal 1980 yang diadopsi beberapa di saat sudah secara rimaan pada pe langgan. Dengan DAB+, radio berjaringan semakin dan kare na karakteristik tek no loginya sesuai dimungkinkan dengan SFN (Single Network) dapat frekuensi sama untuk stasiun yang berbeda, secara regional maupun nasional. Lihat Figur 5.

Teknologi Radio, berbasis teknologi In-band on-channel merupakan teknologi radio menggunakan orthogonal frequency-division multiplexing, (OFDM), suatu yang digunakan siaran digital/ (DVB-T). Teknologi Radio dan dilisensi Perusahaan iBiquity Digital. HD khususnya di Amerika, adalah bertujuan agar yang mengantongi ijin radio dapat feature radio tambahan, tanpa bermigrasi frekuensi I kurang dipergunakan Indonesia, karena ini frekuensi stasiun FM dipergunakan adalah KHz, IBOC memerlukan frequency 400kHz dapat **sinyal digitalnya di channel FM analognya (In** di dan band Sementara kurang karena harga penerimanya luar Figure 4. Figure 5.

96 luas seluruh Pesawat DAB tersedia pasar pertengahan dan saat ini harganya sudah menjadi sangat affordable . Teknologi berbasis MPEG-1 Audio Layer II audio codec ini dan oleh WorldDMB. perkembangannya November tahun 2006 dikembangkan teknologi DAB+ yang lebih sempurna yang berbasis HE-AACv2 audio codec, juga sebagai eAAC+.

dengan MPEG Surround format, memiliki error correction coding lebih bernama

Reed-Solomon coding. DAB dan tidak dipergunakan aplikasi mobile TV tidak video codecs, namun ini dasar pengembangan Digital Broadcasting DAB-IP, dikembangkan Korea, dapat sebagai radio mobile karena dengan video yaitu 4 untuk dan WMV9 DAB-IP. video dapat mudah kepada DAB transmission.

Teknologi dapat pada Band VHF (Very High Frequency) MHz saat dipergunakan siaran dan TV khususnya kawasan Indonesia kanal setara kanal dipergunakan program saat ini, dibagi 4 kanal pita MHz, masing-masing diisi sampai 10-16 program siaran radio, sehingga total satu kanal VHF dapat menampung sekitar 40 - 64 program radio. Lihat Figur 4. Penambahan Multimedia Processor DMB jaringan ini, membuat operator mengirim video akan diterimanya Televisi penerimaan pada pelanggan.

teknologi siaran berjaringan menjadi mudah murah, secara teknologinya sesuai bahkan dimungkinkan siaran dengan pola SFN (Single Frequency Network) dimana dapat digunakan frekuensi sama beberapa transmisi berbeda, secara regional maupun nasional. Lihat Figur 5. Standar sudah standar proyek di pada 1980-an yaitu Eureka-147, BBC merupakan penyiaran yang menggunakan tepatnya tahun Penerima sudah tersedia banyak negara akhir 1990-an. DAB banyak dalam yang sama radio analog. di Negara mulai transmisi .

negara Australia, Malta Switzerland, memulai DAB dengan Negara sudah layanan : Belgia, China, Denmark, Malta, Belanda, Portugal, Korea Selatan, Swedia, Inggris. yang uji dan digital Brunei Czech, Ghana, Hungaria, Indonesia, Irlandia, Israel, Italy, Kuwait, Malaysia, Mexico, Namibia, New Zealand, Polandia, Slovenia, Polandia, Afrika atan, Taiwan, Cina, Vietnam.

negara tertarik: Estonia, Mesir, Rusia, Setelah tahun Indonesia untuk menetapkan DAB sebagai radio di Hal tercantum Peraturan Menteri Koinfo Nomor 21 Tahun 2009. Ya, penyiaran sesuatu tidak dihindari boleh merupakan untuk ketidak pada sistem Jika digitalisasi sudah maka akan adalah infrastuktur penyiaran, (content) jadi fokus yang terus ditingkatkan kualitasnya.

siaran menjadi bagi siaran era Perubahan cara bisnis radio penyiaran-pun akan berubah, kedepan yang akan berkembang adalah CP (content provider) NP network provider). era penyiaran masa sudah lagi terjadi teknik tidak seperti masa analog karena menggunakan dengan transmisi sama sharing). DAB penggabungan multipleks yang dan umum, 97 dapat sejumlah data laju yang Disamping penyiaran dapat mengambil ekonomis pengelolaan yang baik, tersedianya jaringan stasiun radio berfrekuensi tunggal.

Dengan teknologi DAB, stasiun-stasiun siaran radio tetap dapat melanjutkan penyiaran program-programnya dengan cara yang sudah ada selama. Namun DAB membuka pengembangan program tambahan cakupan jenis yang luas aplikasi-aplikasi lebih inovatif. siaran di depan hanya didengarkan audible) tetapi juga dapat ditonton (visible) oleh pendengarnya. Bisa dibayangkan betapa besar manfaat dari penyajian melalui penyiar juga menampilkan visual yang berkaitan dengan yang diinformasikan.

Dengan cara ini, maka nilai informasi dan program-program siaran akan meningkat secara kualitas. Selain itu, pendengar juga akan bisa menyimpan segala jenis informasi disiarkan pemancar-pemancar di penerimanya receivers), kemudian mengaksesnya kembali kapanpun pendengar menginginkannya. Dengan DAB, penerimaan dan stasiun terrestrial mencapai standar baru yang lengkap.

Standar-standar baru untuk transmisi DAB telah diusulkan dan hampir diterima. audio telah babak penyiaran di dunia. Layanan baru teknologi DAB Teknologi memberikan kemungkinan menyiarkan kepada pendengarnya. ini gabungan suara, citra teks yang dikenal multimedia. iyang dikirimkan DAB lain wisata lalu saluran publik, alarm, surat elektronik, paging, surat kabar elektronik, informasi bisnis, navigasi dan penentuan posisi, berbagai jenis citra game musik tersimpan elektronik. masa dimungkinkan sistem yang dengan balik return channel).

ini akan merubah layanan pseudo on demand menjadi layanan yang hampir real time on demand. Tidak seperti halnya stasiun radio analog (FM/AM), DAB memungkinkan gabungan sejumlah stasiun radio pada saluran tunggal bandwidth MHz, adanya intervensi yang Dengan satu DAB lebih, untuk kelompok-kelompok radio bisa program-program regional serentak.

teknologi memungkinkan stasiun-stasiun yang jumlahnya tiga kali lebih banyak dari jumlah stasiun-stasiun radio analog sebelumnya. Mengapa harus digital ? Menurut F.I. yang pada INDONESIA 2009, teknologi penyiaran masa kini, disebutkan beberapa hal yang berkaitan dengan radio digital : Efisiensi dalam menggunakan frekuensi
Perbandingan : 1 blok sebesar 1,6 MHz = 4 konten FM; 1 blok sebesar 1.6 MHz = 7 konten DAB (codec MPEG-1 & MPEG-2) . 1 blok sebesar 1.6

MHz = 26 konten DAB (codec MPEG-1 & AAC + V2). Kanal selebar 7 MHz pada band III VHF bisa menampung 112 konten Efisiensi dalam menggunakan infrastruktur (Transmitter, Menara, Pemancar, Antena, Daya Listrik, dan SDM). Perbandingan FM 1 site, Menara, Pemancar, 1 . = Transmitter site, 1 Menara, 1 Pemancar, dan 112 Konten.

98 Keuntungan lainnya a) Kualitas penerimaan yang lebih baik (tahan terhadap

interference dan multipath sehingga dapat diterima dikendaraan dalam kecepatan tinggi – 300 Km/Jam). b) Service berupa data = Associated informasi perjalanan, lalu lintas, acara Electronic Guide), text, dan lain-lain. c) Penggunaan (Single Network). Generation menggantikan dan FM Kendala yang akan dihadapi : a). Harga penerima / receiver masih relatif mahal. b).

Mengalihkan pendengar dari analog ke digital memerlukan effort yang besar, c). Kualitas suara FM (analog) masih dianggap cukup memadai. d). Adanya investasi tambahan untuk membangun network provider (NP) berupa pemancar, multiplexer, backhaul DAB dan Pertanyaan yang Sering Dilontarkan 1. Apa sih radio digital? Radio digital adalah teknologi radio yang mengi Radio memiliki kelebihan suara lebih dibanding analog, mutu yang bagus, berbagai lain dihentikan (pause), (putar atau sementara ingin nanti. Salah satu sistem radio digital yang digunakan adalah DAB. 2.

Lalu, apa itu DAB? DAB dari Audio adalah audio digital yang pada tahun oleh penyiaran Eropa terus dikembangkan. tahun lahir Eureka-147 standar pertama ditentukan tahun dan tahun ETSI hanya standar Eropa radio Perkembangan lengkap klik ddab.org. 3. Apakah pendengar harus membayar untuk dapat mendengar radio digital? Radio tal secara Pendengar harus radio baru mendengarkannya.

digital dengan terendah tanpa lainnya, tanpa iuran, dan tanpa perlu mendaftar dan cukup mendengarkan saja. 4. Fitur apa saja yang ada di radio digital? Radio memberikan yang tinggi stasiun eksklusif seleksi pop up stasiun yang dibuat untuk event atau acara khusus dengan artis andalan. 5.

Apakah Event atau Pop up Station radio digital? Event Pop Station diadakah radio yang untuk waktu atau berubah konsep Misalnya, Main yang menampilkan seperti Gaga Kyle selama mereka Australia. RADIO” dengan lagu-lagu Natal selama musim perayaan Natal dan “4TAB” yang memberikan informasi selama banjir Queensland, tahun Sejatinya, digital keleluasaan program yang menyoroti perayaan, festival, atau artis-Kemungkinannya tidak terbatas. 99 6.

Model radio digital apa yang tersedia? Banyak pilihan atas radio digital yang ada di antaranya termasuk radio dan JAM DAB+ dengan DOK I-pod, kombinasi ko,ponen mikro portable players, handheld MP3 dan MP4 playersdi lengkapi dengan DAB+ ,USB,set top box dan radio digital mobil Plus digital o layar yang menampilkan radio gambar-hal menggambarkan sepenuhnya DAB+ dengan sampul album, foto pembawa acara dan hasil pertandingan olah raga. 7.

Apakah saat ini sudah tersedia atau dipasarkan di Indonesia? Belum. Namun, dalam

waktu tak lama bisa dijumpai. Saat ini, perangkat tersebut hanya bisa dibeli 8. Berapa harga produk tersebut yang beredar di mancanegara? Seperti lainnya, radio berbeda-beda pada dan kemampuan. (dengan bergulir) Australia dari AUS\$ sekarang lebih 120 radio yang info lengkap cek webstore elektronik. 9.

Perusahaan apa yang membuat radio digital ? Bush, Direct, Kenwood, , Sangean, Yamaha, Digital, Baas, Phillips, S Tech, Sony, Panasonic, dan ini sebagian yang radio DAB+. digital lainnya beberapa dari juga mempersi 10. Dapatkah saya menerima Am dan FM pada radio digital? Radio tersedia bermacam-macam yang Untuk radio dapat layanan digital perangkat memiliki Kebanyakan radio DAB+ juga dapat menerima FM analog, dan bahkan beberapa AM.

Namun, jika jaringan tersedia Anda selalu mendengar AM dan dengan suara Periksalah radio yang biru paket produk atau di dalam toko. 11. Apakah **radio AM dan FM** akan dimatikan dalam waktu dekat ini? Tidak ada rencana tersebut untuk saat ini. 12. Apakah Radio digital sama dengan internet radio? Tidak, digital secara melalui udara teknologi DAB+.

radio dipancarkan cara melalui komunikasi(internet) dikenakan download berbeda-beda pada paket layanan Siaran radio menyiarkan mereka cara dan dengan digital di sehingga dapat akses dengan kedua platform. 13. Bagaimana saya dapat menerima radio digital di mobil saya? Radio digital tersedia sebagai perangkat standart di Toyota camry Atara SL, Lexus GS dan truk Hino 300, dan BMW Audi menawarkan sebagai pilihan beberapa mobil baru.

Berbagai radio yang dapat dipasang sendiri atau oleh para professional juga tersedia untuk berbagai kendaraan. 100 Radio Internet S ekitar dua silam, menyimak melulu di dengan memutar dan radio pesawat atau radio stereo set mini midi serta radio untuk ingin secara Namun, sejak era dimana mulai dan membawa perubahan besar berbagai kehidupan, dunia lantaran tersebut dieksplorasi, menyimak pun dipermudah dengan suara secara jauh bagus.

ayal istilah internet muncul dan menyebar di berbagai belahan dunia, tak terkecuali Indonesia. Menurut Hemat Dwi Nuryanto, DEA, Chairman Zamrud technology, yang saat ini terus berupaya mengeksplorasi teknologi internet untuk diaplikasikan dalam dunia radio, realnya teknologi internet mulai radio-radio Indonesia awal Sebelumnya, internet yang dalam web cenderung oleh Kemudian, oleh yang di radio.

radio fokusnya cenderung untuk promosi, dan membuktikan bahwa radio mereka muncul di web. Untuk program- program acara itu juga para radio ditampilkan website

Saat setiap menambahkan streaming podcasting dan file untuk pada Pada streaming sendiri muncul kalau radio menggunakan streaming, tinggal tulisan bacaan streaming, maka akan muncul suara penyiar atau lagu secara langsung. No.

4 - Tahun 1 - Oktober - November 2011 13 dari alamat web radio itu sendiri. Yang kemudian, sekarang mulai (broadcast) manamana,. bagaimana internet bisa di radio papar yang timnya Zamrud mengembangkan 2.0 sebuah khusus berbasis Saat teknologi internet tersebut terus dieksplorasi, berbagai kemudahan pun dimunculkan.

Pendek kata, menurut Hemat, radio orang berkerja dari Director penyiar dan kolaborasi menentukan dan rundown. ada sub untuk pemberitahuan menyiapkan yang ditayangkan radio yang diputar. Bahkan, bisa juga memasang iklan di dalam radio tersebut. Artinya, era semua bisa untuk radio menggunakan studio radio, dan semua orang bisa bekerja menyusun radio tanpa (harus) mempunyai studio Fenomena dan mengeksplorasi tersebut cara memanfaatkan optimal pun bagian grup yang beberapa ternama Prambors, dan Sebagai yang jaringan yang lumayan seperti (Bandung, Makassar, Semarang, Solo, dan Female Jakarta, Yogyakarta), Delta (Bandung, Jakarta, Makassar, Manado, Medan, dan Surabaya). Menurut S.

direktur Contents Channels, tahun pengaplikasian teknologi internet pada dunia radio memang menemui kendala. Pertama, lebar pita (bandwidth). sistem terhadap MP3 format yang terbilang atau kata belum seperti Misalnya, sebesar Kbps itu audionya audio format 32 saat "Jadi, sangatlah jauh (dibandingkan saat ini). Kompresi harus juga besar. Audio (saat itu) yang bagus adalah sekitar Kbps. banyak seperti dari Radio melakukan streaming 96 Bahkan, ada yang sampai Kbps.

ini Masima memilih serius teknologi dalam radio streaming ini baru sekitar 1-2 tahun silam. Sebelumnya, kisaran 2005-2006, internet radio Masima 101 lebih dilakukan kemasan Saat podcasting menarik pendengar, saat acara radio seperti Cinta Ramadhan (BCR)" di radio Prambors. "Kalau tidak mendengar radio, (pendengar) mendengarkan podcasting. sekarang diputar 5.30 telat kita kapan saja acara tersebut pada berapa Tetap konten sama.

Kalau telat hari (pendengar) memakai untuk Itu (yang salah cara menangkap dari iklan, Jerry manfaat "Sebagai itu dipindahkan dalam Bisa pula twitter. ketika dapat twitter, klik mereka langsung mendengarkan. Terlebih lagi, zaman sekarang bandwidth lebih besar kompresi jauh semakin bagus," tambahnya. itu hanya bentuk menaruh dimana dan deskripsinya ke website, dimasukkan dalam podcasting.

kita melihat kita dan dulu dalam karena zaman (beberapa tahun masih manual belum

langsung karena langsung (save) akan sekali Kalau sudah berbeda hal diperhatikan (yang sebelum ke streaming, mantapkan dahulu Podcasting, ungkap yang mengajar Strategic Marketing di pasca sarjana Universitas Bina Nusantara International.

"Podcasting salah alat broadcast bisa komunitas- komunitas, anywhere, papar Tak bila saat podcasting masih Masima, live dimana ini, Jerry, bandwidth lebih dan jauh bagus. Amerika mereka streaming 32 Negara bandwidth-nya banyak, yang Kbps, yang 48 Kbps dan (memiliki) kualitas audionya bagus.

Namun, kita negara-negara seperti South mereka ada streaming 128 karena belum tentang "Fitur streaming tersebut biasanya yang diincar adalah adalah pemakai mobile," ungkap Jerry. Lebih jauh, Jerry bahwasanya yang di para ternyata banyak radio cara "Sekarang, boleh memiliki audio Terkecuali (yang lewat dulu jalur Sementara jalur lewat itu lebih dan Streamingnya jauh lebih Kalau orang kita memakai kalau luar infrastrukturnya lewat Jadi lumayan Untuk streaming, dalam Masima ke seluruh di dan manfaat besar. pada program dimana pengasuhnya atau berada luar radio berada Jakarta.

program "Farhan in Morning" disiarkan FM hari pukul WIB diasuh yang melakukan dari atau yang Ananda (pianis Komposer) sesekali siaran Italia acara & Classical yang disiarkan Delta FM setiap hari Minggu pukul 20.00 WIB. Tentunya, pun muncul proses "Pernah memakai kompresi terlalu sehingga sign ketika dari tempat tempat Adapula, Kbps rendah. Kadang-kadang teknik butuh yang Padahal mereka ketika audio didengarkan radio sudah jauh Untuk sebenarnya saya maksimum Kbps sudah optimal sebuah yang memadai radio direlay.

Namun, adapula yang masih streaming dengan 126 Kbps," Jelas Jerry. Menurut saat Farhan menggunakan Kbps format 102 Sementara itu, untuk Ananda Sukarlan ada di rentang 48 Kbps/64 Kbps. Jerry pun mengungkapkan bahwasanya dengan yang besar selalu lurus dengan audio dihasilkan.

ini beberapa yang lain prosesor dan encoding atau Secara keluaran dalam AAC lebih baik dari MP3. Kiprah radio di era internet suka tidak suka memang telah memberi warna dan bagi stake dunia Mulai cara sampai mengelola konten. Di internet saat sepanjang dengan siaran dapat disimak, saja, pun, dengan apapun memifasilitas internet.

Peranti Lunak Streaming Radio Internet Saat ini, terdapat berbagai macam peranti lunak untuk streaming melalui Internet dalam bentuk web Peranti ini membantu untuk (broadcast) informasi/konten dari stasiun radio pengguna atau dari komputer pengguna. Berikut adalah peranti lunak (software) yang populer digunakan. Andromeda

Webcasts (www.turnstyle.com/andromeda) Andromeda koleksi MP3 mengubahnya sebuah audio yang canggih, bisa berdasarkan permintaan pengguna (on demand) dalam web. iRadeo (www.iradeo.com) iRadeo peranti berbasis dan menjadi streaming dapat didownload gratis. tinggal menyesuaikan dan (upload) web pengguna. Mercora IMRadio (www.mercora-imradio.software).

informer.com) Mercora memberikan untuk bangun radio dalam beberapa dan webcasting atau audio non-musik. Pirate Radio (www.pirateradio.com) Pirate merupakan penyiaran Internet memungkinkan pengguna untuk stasiun berbasis dengan cepat selama mereka memiliki komputer dan koneksi dial-up. Peercast.org 103 Peercast.org sebuah nirlaba menyediakan peer-to-peer lunak penyiaran. SAM Broadcaster Profesional (www.sam-broadcaster.en.softonic.com) SAM memberikan aneka fitur memberikan kemudahan seringkali berikan gratis selama 14 hari. Shoutcast (www.shoutcast.com) Shoutcast solusi yang populer bebas digunakan.

pemutar lunak disertai penyusunan/pemasangan relatif dan memiliki kualitas audio yang cukup baik. 104 Radio Automation Beberapa silam, mungkin mudah penyiar sebuah radio program-programnya menggunakan kecil catatan di kertas hasil dipadukan pemutar berupa CD tape recorder/player.

pemandangan lebih Stasiun-stasiun khususnya berada frekuensi perlahan, pasti menggunakan pancar yang terpadu dengan menggunakan perangkat lunak yang memungkinkan radio tersebut untuk mereproduksi musik dan suara dari harddisk daripada pemutar dan recorder. radio pun semua iklan, e, suara, sebagibesar di disk. Kemudian, ulang instan materi keyboard dengan mouse dan PC atau komputer pun menjelma menjadi bagian "wajib" dari setiap penyiaran AM & FM, webcasting sistem di dunia. perkembangannya, lunak software radio ini tidak hanya mereproduksi audio.

Tetapi juga, memungkinkan membuat "playlist" yang mereproduksi otomatis, operator, program yang termasuk mengumumkan meteorologi atau cuaca, jingle, iklan, lagu musik, koneksi jaringan satelit, dan lain, siaran 24 bagi stasiun di kota tanpa operator penyiar dilakukan. kerja dilakukan lunak disebut radio automation. Teknologi diklaim pertama di Aires Oscar pada 1989.

Perangkat lunak radio pertama untuk otomatisasi, menggunakan kompresi audio digital lossy codec, Audicom diperkenalkan internasional 1990 ajang Asosiasi Nasional Atlanta, Serikat. radio di yang menggunakannya salah radio San California. dari adalah aplikasi ditargetkan otomatisasi teknologi audio digunakan sedikit mengurangi data.

dunia tak mengenal tapi nama lunak yang kembang perkembangan khususnya

teknologi bit dan audio sehingga banyak perangkat lunak di Beberapa sudah fitur fasilitas untuk lalu jadwal Jockey, Live hingga otomatisasi Artificial Intelligence. Secara rinci, automation suatu sistem Teknologi yang memungkinkan radio proses radio optimal, di sistem (di siaran, oleh siaran penyiar), scheduler (pengelolaan digunakan traffic program (untuk program siaran, biasa digunakan oleh program director), music scheduler (bagi radio musik, digunakan oleh music news (bagi berita, oleh editor), beberapa opsi lainnya interaksi pendengar sistem telepon, SMS, media website, lain radio ini, tentunya bisa manfaat bagi atau penyiaran radio.

Bagi penggunaan automation baik meningkatkan equity radionya. Bagi pengelola mereka lebih dan dalam mengelola radionya, mulai perencanaan proses dan pelaksanaan pelaporan, dengan Bagi pemasang penggunaan radio pada menjadi satu utama penentuan radio, iklan dijadwalkan lebih waktu dan siar dihasilkan radio automation tentunya meningkatkan tingkat kepercayaan para pengiklan.

Sementara itu, bagi pendengar, manfaat tidak langsung dapat dirasakan dalam menikmati siaran radio tersebut, seperti 105 aspek "kesegeraan" dalam pencarian materi request, penggunaan berbagai sound effect atau back sound menarik, kualitas yang pernah karena radio automation juga mensyaratkan penggunaan format audio digital dalam playernya.

Perkembangan dan Pertimbangan Radio Automation Saat ini sudah cukup banyak brand baik mancanegara maupun lokal yang menawarkan sistem radio baik terintegrasi yang sesuai yang Bahkan, produsen sudah integrasi hardware monitor dll). heran, Peranti asal mancanegara lebih menawarkan bahkan menjual radio-radio atas radio (networking radio), adalah dari (www.rcsindonesia.com), (www.bsusa.com), Jazler dll. lokal terlihat bermain radio menengah ke meskipun dilihat penetrasinya signifikan.

satu lokal aktif penetrasi ini radio dari dan Institute memadukan dengan streaming Merk- merk lunak dipilih biasanya fitur dimiliki harga. yang biasanya dijadikan aspek pertimbangan bagi pengguna atau calon pengguna dalam pemilihan radio automation, antara lain: 1. Pemenuhan semua fungsi utama (perencanaan, pelaksanaan, kontrol, report, dan analisa) 2. Integrasi sistem a.

Di Radio baik satu untuk yang atau menggunakan beberapa brand yang open system b. Kepada di Radio Misalnya, laporan terhadap software keuangan. 3. User dalam kemudahan para kadang yang dan menarik belum tentu memudahkan user. Sebaliknya, tampilan yang sederhana bisa jadi dapat memenuhi seluruh kebutuhan sistem operasi radio. 4.

Fleksibilitas dan dukungan teknis, adanya kemudahan modifikasi jika terjadi perubahan dalam proses radio, bisa oleh internal, atau jasa teknis outsource. 5. Terakhir, saja baik setup biaya karena apapun sistem yang komponen harus dengan sehingga dapat aplikasi paling dan sesuai kondisi kebutuhan radio tersebut. Radio Automation Gratis Selain peranti lunak radio automation berbayar, juga terdapat peranti lunak radio automation yang secara via Namun, fitur-fitur yang tak berbayar. satu, lunak automation bisa gratis dianggap memiliki fitur yang cukup adalah RadioDJ.

RadioDJ dapat digunakan secara bebas tanpa pembatasan baik penggunaan maupun Peranti ini fitur otomatisasi untuk Kompatibel format mp3, wma, flac, ac3. jingle dan yang dimuat disimpan saja. Auto-DJ, berdasarkan dan rotasi. dan tak untuk 106 jingle, Fade fade untuk Advanced untuk (acara iklan Pencarian berdasarkan judul, subkategori, genre.

Untuk dan ingin info lebih lebih jelas, Anda bisa mengunjungi www.radiodj.ro. Hal yang perlu diperhatikan sebelum meng- install RadioDJ, install terlebih dulu My-SQL versi terbaru dan mulailah install radio DJ dan bersiaplah mempelajari semua fitur yang dimilikinya.

Aspek yang Perlu Diperhatikan saat Membeli atau Menggunakan Radio Automation Hal pertama adalah pastikan radio kita memang sudah membutuhkan radio automation. Hal bisa dari kondisi saat dibandingkan peluang yang bisa didapat oleh radio jika radio kita menggunakan radio automation. Beberapa aspek yang mempengaruhi hal ini: 1. Komitmen pengelola radio dan kesiapan dalam change management. 2.

Tipe/konsep radio (radio musik, radio berita, radio komunitas, atau lainnya) 3. Tingkat kompleksitas operasional radio 4. Besaran budget belanja operasional radio 5. Besaran pendapatan radio 6. Kesiapan team operasional, marketing, dan finance dalam perubahan. 107 Tabel Komparasi Peranti Lunak Radio Automation 122 Tabel Komparasi Peranti Lunak Radio Automation 108 Profil Peranti Lunak Radio Automation Mancanegara Dalam Komparasi tertera peranti dari gratis berbayar dilengkapi dengan beragam fitur unggulan. Berikut adalah "profil" peranti lunak radio automation.

Backbone Networks Backbone Radio sebagai stasiun internet dapat diperoleh dengan lisensi tanpa biaya untuk perangkat lunak Backbone Radio Pro. Itu berarti Anda mendapatkan perangkat lunak otomatisasi radio dengan kinerja yang Anda membuat secara langsung dari komputer Macintosh Anda. Broadcast Power Broadcast merupakan lunak radio yang digunakan stasiun DJ, kantor, sakit, pub, ub dan lainnya.

Broadcast Power dapat memprogram dan mengotomatisasi semua siaran on-air dan

menjadi solusi pasca-produksi komersial, dan radio Broadcast memiliki kemampuan streaming ke server Shoutcast dan OddCAST, bila menggunakan plug-in streaming. BTSG Generation IV BTSG IV pengguna, lengkap Hard satelit, Assist Voice Tracking dalam satu paket. Dilengkapi Pelacakan suara lengkap dengan modul DJ Tracker.

NCH Dengan server audio streaming BroadWave, Anda dapat membuat stasiun radio sendiri dan menyapa pendengar Internet. menangani rincian melayani sehingga dimainkan pendengar basis beberapa media Windows, atau Mac OS X. Autoplus Radio Autoplus adalah yang oleh radio Paket terutama ditujukan siaran dengan komersial, masyarakat, dan radio Paket ditawarkan bentuk yang untuk studio tunggal dan multi. ARAS ARAS adalah sistem otomasi radio open source. Kompatibel dan bisa memainkan format mp3, wav, ogg, xm lainnya dapat file media melalui internet.

Hal ini cocok untuk stasiun radio yang kecil sampai yang besar. DPS AudioEnhance DPS sekarang perangkat otomatisasi yang dan dipercaya, digunakan seluruh selama jam hari seminggu. ini bisa menjadi solusi sebuah stasiun radio baik untuk otomatisasi penuh atau untuk playout manual.

Allday DJ Allday DJ adalah perangkat lunak otomatisasi gratis untuk penyiaran radio. Campcaster Campcaster sumber suite dan yang siaran 109 dan untuk radio, transmisi adalah digital online. Campcaster beroperasi di Linux. Caban Caban adalah program untuk studio radio kecil: radio lokal, rumah saki Ini terdiri dari beberapa modul untuk merekam dan memutar musik on-air.

Hal ini dapat menjalankan musik secara dan terhubung perangkat khusus penyisipan feed berita, perangkat keras dari lokasi lain. Broadcast Private Edition Broadcast Edition peranti gratis dianggap memberikan banyak bagi walaupun skala dari komersial Broadcast. BCX playout BCX playout adalah sistem playout fleksibel berbasis Windows untuk industri radio, biasa digunakan oleh lembaga besar kecil, menghargai untuk memberikan kinerja yang handal dan sangat fleksibel untuk memenuhi berbagai kebutuhan spesifik.

CDS32PRO CDS32PRO terdiri dari semua metode untuk penyiaran radio: Live Assist, Otomasi satelit, Musik-on- Hard-Dri mencakup Editor Spot Set sederhana dan Penjadwal Musik Cepat. Cuedex Studio Edition Software audio dan digunakan, dengan otomatisasi operasi tanpa pengawasan. ControlReady Software on-air yang sangat DJ-friendly Dalet Radio HD Dalet HD Stasiun modern sistem dan playout khusus dirancang untuk mengatasi tantangan saat ini, termasuk branding lintas-kanal dan kehadiran multi-platform.

DARP DARP Radio Audio merupakan yang digunakan stasiun berbasis internet dan masyarakat di Inggris yang memiliki anggaran sangat terbatas. Xtreme Xtreme adalah sistem otomatisasi berbasis Windows yang prima dengan otomatisasi hard disk, dan otomatisasi satelit. Hardata Dinesat Radio Hardata Radio sistem lengkap kuat file untuk stasiun radio, mudah untuk menginstal dan menggunakannya.

dira! dira! OnAir memungkinkan elemen seperti atau Hal dapat 110 dioperasikan manual, dan memungkinkan program radio pra-scheduled tanpa pengawasan secara otomatis. Direttore Sebuah paket perangkat lunak otomatisasi radio gratis untuk stasiun radio kecil, klub, hotel, toko-toko. DRS 2006 DRS telah oleh radio orang Hal digunakan stasiun terbesar dunia Amerika hingga stasiun lokal, lokakarya atau radio kampus.

Radio Automation Anak Bangsa Selain peranti radio mancanegara, Indonesia, peranti lunak automation anak pun bilang Beberapa digunakan puluhan hingga ratusan radio. Berikut profil radio automation karya anak bangsa tersebut. Radio Excellent Radio Excellent, saat ini digunakan sebagai radio automation untuk jaringan radio OZ. Radio 2.0

Selain Excellent, lunak yang ini sebagai automation jaringan radio OZ, belakangan, dunia radio Indonesia diberikan pilihan tambahan dengan kehadiran peranti Radio yang Zamrud Technology e-broadcasting yang Telkom. Hal yang menarik sekaligus keunggulan peranti lunak ini dibandingkan dengan peranti lunak sejenis aplikasinya web pengguna menggunakannya pun untuk mengisi menu/program mulai dari pilihan lagu, script, traffic, hingga print bukti siar bagi klien sepanjang ke yang dengan **Listening every where broadcasting** anywhere.

ini merupakan satu yang Radio Secara lengkap, Radio 2.0 memiliki 7 fitur unggulan. Fitur tersebut meliputi: 1. Dynamics live streaming, ini operasi radio dinamis. seluruh penyiaran terlibat bekerja dan melakukan kreasi optimal. Karena menimati siaran stakeholder memonitor rundown menu acara, iklan, judul dan dinamis. 2. Systemic podcast streaming, fitur ini memudahkan para pendengar menemukan dan memilih hasil siaran radio saja.

hasil itu didengar on demand termasuk dibaca, dilihat, dan ditonton. 3. StayTune social marketing, ini berbagai melakukan hasil produksi siaran kepada dan dengan mengunggah mempublish Facebook, dan Dan selanjutnya atau siarannya didengarkan langsung halaman teman-teman relasi kita. 4.

Multi request integration, ini proses dengan tanpa repot-repot membuka persatu aplikasi Facebook, web maupun Karena request terangkum dalam halaman secara

praktis. 111 5. **Listening every where broadcasting anywhere, fitur** memungkinkan orang mendengarkan tidak menggunakan Siaran dapat dengan Ipad, Galaxi dan Dan didengarkan saja.

@radio memudahkan operasional manajemen pengelolaan bisa **secara jarak jauh dimana saja tidak harus berada kantor, menjadikan new live stile lebih cerdas dan menarik.** 6. Radio on applications market, ini aplikasi dapat down melalui market yang dari market ke aplikasi lainnya Apple hingga sehingga mendengarkan cukup klik widget atau shortcut dari radio kesayangan kita. 7.

Strengthening Core Busines, Exploring New Opportunity, fitur ini memungkinkan penguatan bisnis yang ada baik On-air maupun Off-air dan dengan memanfaatkan aset yang terakumulasi terutama pendengarnya dilakukan inisiatif memberikan layanan-layanan radio : music merchant hyper local travel destination business cultural hingga dan remittance. Dengan fitur ini, 2.0

bisa aplikasi automation digu nakan radio seluruh bahkan karena memberikan manfaat bagi pengiklan, atau hingga Misalnya, pertama Dynamics Live Streaming, ini memberi pendengar: **dapat mendengarkan siaran dimana saja** & kapan saja. Disamping itu, sambil mendengarkan lagu (siaran), pendengar bisa dapatkan info lengkap via website terkait Judul Lagu & Penyanyinya (kedepan akan ditambahkan lagu info dan informasi dan info yang diputar acara-acara Bagi Pengiklan memonitor secara dimana dan saja iklannya diputar jam-jam dalam (dapat kebenaran siar”).

Radio/Crew: dapat memonitor siaran on-air) realisasi (pasca sehingga mudah melakukan siaran perbaikannya & dikenal luas. Regulator: Regulator dapat memonitor seluruh Rundown acara dan melakukan verifikasi kebenaran isi siaran membandingkan Logger Hingga ini, Radio terus sosialisasi berbagai di dan semakin radio menggunakan ini ke tengah pula sosialisasi mancanegara sehingga aplikasi ini tak hanya digunakan oleh radio-radio di Indonesia, juga mancanegara. 112 113 Hampir semua orang yang ingin belajar, selalu meminta kepada saya agar diberikan kiat-kiat (tricks).

Kalau dia seorang salesman, dia akan meminta bagaimana kiat-kiatnya agar ia bisa menjual banyak. dia penyiar, akan bagaimana siaran supaya, acaranya atau siarannya, bisa menggaet penonton/pendengar yang banyak. Intinya hanya “instant”. ibarat pesulap, tricks hanya berarti dilakukan orang sudah Oleh itu betul belajar sesuatu, cara instant” kiat-kiat. terang pasti l.

Pelajari Prinsip Alami Maka saya kepada yang belajar dalam training, pernah mengajarkan atau at-kiat”, saya memakai dengan mengajarkan “prinsip-prinsip alami”

sampai betul-betul dipahami. Prinsip-prinsip ini harus menjadi pola pikir dalam memecahkan masalah-masalah seterusnya nanti. Sehingga problem teratasi dengan tuntas. kalau seorang salesman maka sekali harus prinsip dari (nature of the business).

harus menjawab prinsip, antara "mengapa membeli "mengapa ia saja?"; ia membeli itu, dimana?"; orang mau barang Anda Itu contoh beberapa materi dasar yang harus Anda kuasai sebelum Anda berangkat menjual. Kalau Anda penyiar, bentuk pertanyaan prinsipnya, antara lain: "kapan saja dia mau menyalakan radio, dimana?"; orang mau radio/siaran mengapa dia mendengarkan saja?"; orang akhirnya untuk radio/ siaran Itu beberapa dasar harus kuasai Anda siaran.

Biasanya materi pelajaran prinsip ini lumayan banyak dan teoritis, makanya sering dianggap sebagai perlu. sekali Anda prinsip problem dengan variasinya akan dapat Anda pecahkan. II. Pelajari Produk Banyak sales training yang untuk "keunggulan" kemudian itulah terus disodorkan calon Misalnya, salesman yang kartu selalu "Ambil Pak.

annual fee Dapat discount kalau makan di resto atau cafe. Ada hadiah Jaguar Pak diundi setiap bulan... dlsb". Padahal Jangan Kiat! Pelajari Prinsip Radio 7 114 yang perlu apakah yang di yang jual Anda yakin sehingga ingin memilikinya Anda pembeli)? Anda tidak ingin, jangan orang mau Inilah paling Anda harus produk dengan dan kebaikan-kebaikannya timbul ingin produk Kalau seorang radio, harus siaran Anda, dian Kalau belum dengan Anda atau suka dengan isi yang Anda bawaan, maka jangan harap pendengar akan suka. III. Pelajari Tujuan dan Proses Semua ada dan proses mencapai tersebut.

yang Anda pelajari sadar. kalau tak akan dan maka Anda hanya melakukannya otomatis. artinya robot/mesin dan perlu manusia. Untuk mencapai hasil yang sama memang diperlukan proses yang sama. Tetapi kehidupan, bisnis, tidak pernah sama, tujuan tetap Itu proses selalu variasi untuk situasi/kondisi selalu pula.

Namun, selalu prinsip-prinsip mendasari proses tetap Jadi, Anda selalu pada apapun akan lakukan, perhatikan secara lalu Jangan yang kalah adalah, secara apa tujuan Anda karena seringkali tujuan Anda itu menjadi bias dengan rutinitas yang Anda kerjakan. Contoh I: Kalau Anda seorang penyiar radio. Pagi-pagi Anda berangkat kerja, lalu tiba-tiba ada teman yang menegur, "mau kemana nih buru-buru?". Jawab Anda, "mau siaran".

Artinya, Anda sendiri mengatakan tujuan berangkat adalah Akibatnya, tiba studio langsung mengambil play-list lagu dan materi informasi yang harus dibacakan,

langsung “siaran”. Padahal Anda berangkat kerja, bukan untuk “siaran”, melainkan untuk melaksanakan profesi sebagai yaitu pendengar pada radio Misalnya, menjadi mendengarkan Anda, dengan Anda mengkombinasikan dan tersenyum Anda lagu ia sukai dahulu kala, dsb.dsb. Menyadari bahwa inilah tujuan yang harus dicapai, maka tentu ada prosesnya.

Contoh II: Kalau Anda seorang salesman. Ingat, tujuan Anda bukanlah “menjual barang”, melainkan men-stimulir agar keinginan membeli Anda. itu ada prosesnya, itu yang dipelajari. IV. Lakukan Simulasi dan Latihan Sebenarnya butir atas, memiliki latihannya Tetapi saya maksudkan dengan Simulasi dan Latihan pada butir ke IV ini adalah Simulasi dan Latihan dalam situasi yang (seolah-olah dibuat seperti) sebenarnya. Simulasi dan Latihan ini memerlukan monitoring dan coaching terus selama waktu.

ini memakan karena “membuang kebiasaan lama” dan lalu “membangun kebiasaan baru”. Apalagi kalau orang tersebut masih seperti dengan lama, waktunya sedang pula baru. pasti sangat waktu. kalau hanya kiat, mungkin bisa problema Anda sekarang. begitu berbeda, akan lagi. variasi akan banyak, tidak semua ditampilkan kelas. mau dan menghadapi masa belajarlh dengan metode tersebut di atas.

Dengan empat langkah metode belajar ini, Anda bukan saja hanya akan mahir mengatasi problem dalam segala bentuknya, tetapi bahkan nantinya mampu menciptakan variasi-variasi atau kiat-kiat sendiri. 115 J udul ini kalimat yang seorang yang membuka radio ketika datang saya. karena melihat sudah banyak radio mengkhususkan dalam untuk pasar (misal: Wanita, Bisnis, Pria, Remaja Radio Mahasiswa, Muslim, sehingga kehabisan mencari pasar yang belum radio Lalu kembalikan dengan lagi, anda yakin, kalau tersebut claim sebagai Bisnis artinya jumlah yang radio lebih dari yang men-claim dirinya Radio Lalu sodorkan bukti menurut sebuah bahwa radio menkhususkan hanya siaran Islam, jumlah yang radio kalah dengan muslimin mendengarkan yang diri siaran saja.

tanggapan saya setelah fakta si pun dengan penuh tanya. Pembaca majalah memiliki Seleksi Awal Apabila anda seorang pria masuk ke sebuah kios majalah, apakah kira-kira anda akan membeli majalah Tentu tidak. yang dengan awal. membeli majalah, calon sudah seleksi dengan melihat atau majalah.

demikian pendengar Ketika (pria) akan anda akan melakukan proses seleksi seperti itu. Telinga anda akan melakukan seleksi apakah gelombang yang tertangkap pada waktu anda menyalakan itu mengeluarkan “bunyi” seperti apa? Kalau kebetulan suara musik, maka anda akan terus mendengarkan musik tersebut kalau musik i dan keinginan anda.

Anda tidak akan tahu sebelum penyiar atau station id menyebutkan bahwa anda sedang radio Lalu anda anda mendengarkan radio ditujukan untuk apakah akan gelombang? saja tidak, kalau berikutnya anda atau sipenyiar menyenangkan, atau menyenangkan topik dibicarakan yang penting anda, Jadi radio memiliki seleksi untuk pendengar, berbeda majalah.

oleh segmentasi untuk patokan Kalau Buka Radio Baru, Segmen Apa Lagi Ya? Manajemen Radio 116 audience tidak ada keterkaitannya sama sekali dengan klaim yang digembar-gemborkan oleh radio tersebut. Not What You Say, It Is What You Do Sebuah radio tidak menamakan sebagai para (sebut radio dari hingga siarannya hari lagu/musik (sebagai siarannya) era akhir sampai (Donna Quincy Lalo Schifrin, Propaganda, Bananarama, dsb).

Ketika penyiarnya berbicara, terdengar suara penyiar dewasa suara berat), memberi atas Duta Amerika Serikat yang mengatakan bahwa pemerintah Amerika tidak menginginkan dan tidak terlibat dengan perang Israel yang menyerbu Lebanon Selatan. Lalu tersebut akibat yang terus harga melonjak dan bursa saham dunia termasuk Bursa saham Jakarta menjadi terpuruk.

Nah, anda siaran itu, kira-kira pendengar yang suka siaran Z? sulit ditebak bahwa pendengar (atau segmen pendengar) yang tergaet sudah pasti orang dewasa berusia antara 45 - 55 tahun, dan orang ini mempunyai yang tinggi profesinya. Jadi tanpa harus menyebutkan dirinya sebagai radio para profesional, dengan siaran seperti itu dengan otomatis, pendengar Z adalah profesional intelek dan telah matang usianya dalam berbisnis. Maka saya si Investor, perlulah radio dengan yang pula.

baik saja dan siaran radio-radio men-claim dirinya radio melayani tertentu, apa di-klaimnya segmen benar-benar begitu adanya di lapangan realita. (arm) 117 K etika masih dalam Persatuan Siaran Nasional Indonesia Pengurus DKI (periode - pernah seorang anggota "Apakah yang ilmu Radio Management?". jawab, "Tidak Karena ada ilmu Management, diaplikasikan dalam radio Jadi anda manajer maka apa-apa anda dan dalam memang berbeda bisnis Tidak kalau dikatakan bahwa bisnis radio adalah bisnis yang berbeda, sehingga dikatakan ilmu mengelola radio menyimpang kaidah-kaidah manajemen.

ini merupakan atas sendiri, pantas dimaklumi apabila melihat balik sejarah radio di yang bahwa bukan disebabkan dorongan melainkan kepentingan (menumbangkan rezim lama jalan rezim baru) kesenangan alias hobby. Manajemen Banyak definisi Management" kepastakaan, yang umum dan jelas saya berdasarkan definisi Hall "Management is the activity of getting things done with aid of people and other

resources” “Manajemen adalah menyelesaikan sesuatu dengan orang-orang sumber daya yang lainnya.

yang kata adalah: Sesuatu Tujuan; Team/ Organisasi/ Manusia; Alat/ Bahan/ Dana. sebuah dimana selain juga team musik peralatannya tujuan musik terbaik para Maka management pula seorang mampu dan (to lead and manage) daya dan daya dalam tujuan Jadi, semua memerlukan tergantung size of the company, ada Ruang yang jadi dalam management umum bidang: 1.

(Manufacturing); Sumber Daya Manusia (Human Resources); Penyebaran/ Distribusi (Disemmination/ Distribution); Keuangan (Finance). tergantung usaha maka akan diutamakan salah point sesuai keempat point Misal, bidang Bank, tentu (butir akan lebih sementara Produksi malah Misal, bidang usahanya Mobil, keempat itu harus perhatian lebih Produksi.

kalau usahanya bahan maka pasti Saluran dan Daya Bagaimana bidang Siaran? Ruang Lingkup Manajemen Radio Dari empat butir ruang lingkup, maka tentu saja ruang lingkup manajemen radio akan membagi porsi perhatian sama rata dengan sedikit lebih pada Distribusi dan Produksi. Mengapa demikian? Karena sesungguhnya radio terletak “pendengar”-nya. radio pendengar akan berarti apa-apa bukan? Padahal pendengar itu hanya bisa datang menjadi pendengar radio yang setia, apabila kualitas distribusi signal-nya baik dan materi yang dibawa oleh signal tersebut juga baik dnegn.eajty, Alur Pikir untuk Mengelola Radio Siaran Komersial 118 yang handal yang didukung pula pengelolaan keuangan yang baik.

Barul maka air-time stasiun itu berharga dijual kepada pemasang Fungsi Manajemen Pada ada fungsi 1. Planning (Perencanaan); Operating (Peng operasian); Controlling (Pengendalian). ada yang lima mana jemen, fungsi Operating lagi fungsi Commanding (Pengin- struksian), Organizing Coordinating Masih lagi lainnya akhir-akhir namun dasarnya “kembangan” tiga fung si Atas fungsi yang pula radio 1.

Planning Kalau diketahui seperti yang dituju pendengar), dibuatkan Planning bagaimana mencapainya, strateginya, yang dihindari. itu organisasi team yang butuhkan, kemampuan seperti apa sumber daya manusianya, dengan alat yang bagaimana, membutuhkan waktu lama, kendalanya, mengatasi Kemudian terakhir, berapa uang yang dibutuhkan untuk mengimplementasikan, berapa lama uang itu akan kembali (kalau merupakan kapan itu turun/dicairkan Planning dibuat sebaik mungkin dengan semua pertimbangan dan kemungkinan. 2. Operating Ketika sudah maka masuk implementasi Operating (Pengoperasian). tahap semua dijalankan disiplin.

tentu keadaan lapangan penyesuaian. walaupun penyesuaian, tetap harus dilakukan dengan tidak keluar jalur utama/strategi yang sudah direncanakan. Misal, strategi yang sudah direncanakan adalah dengan "memasang lagu tahun 80-an akan terbentuk pendengar sekarang tahun berusia tahunan". ternyata lagu di studio yang banyak tersedia adalah lagu tahun 2000-an. Maka salah apabila dipaksakan untuk memasang tahun dicampur lagu 2000-an.

benar harus mencari jalan lain (cara lain, atau acara lain) untuk tetap bisa menarik perhatian target audience yang ditetapkan strategi menjadi pendengar target audience). Misal, Barangkali bisa ditemukan cara non-musik tetapi tetap mampu menarik minat orang usia 40 tahunan. 3. Control Apapun telah dalam Operating, selalu review tujuan/sasarannya sesuai Kalau sesuai, eksekusinya bisa seperti sudah Kalau sasaran tercapai menyimpang, perlu apakah terjadi rencana Planning), pada atau detil eksekusi.

direncanakan membuat acara untuk kelompok wanita yang seorang koki Ibu Setelah ternyata terbentuk ibu-ibu yang Maka bisa gagasan memasak itu tepat, juru sebaiknya laki-laki di restaurant atau juga terjadi menu yang tak dengan dan sebagainya. sudah akan tersebut, dilakukan koreksi pengendalian terhadap yang tepat dipastikan ini lebih menjangkau target audience .

Ingat Langkah-langkah Planning, Operating, Control berlaku semua lingkup dalam manajemen: Produksi, Sumber Daya Manusia, Distribusi, dan Keuangan. 119 A dan kisah boleh bisa benar awal dilekatkannya istilah theatre of mind", terjemahan mungkin imajiner", kepada Radio. kembali ketika radio baru di Amerika Pada itu tahun radio-radio sana memproduksi menyiarkan drama.

sebuah di "WJZ" tahun menjadi pertama menyiarkan opera/drama teater dan legendaris New "Broadway". para radio mengikuti siaran Broadway dari WJZ tentu mengikuti dengan baik begitu musik lagunya. yang dapat ikuti tari-tarian kostum tata yang Walau acara serial opera Broadway melalui menjadi populer.

ditanyakan pendengar, mengapa menyukai mereka bisa keindahannya? mereka, "Kami dapat dalam kami suara/musik kami Imajinasi dan Suara Menurut peneliti, lain Josef neuro-scientist Uni College, proses getaran (auditory) otak lebih daripada proses pengartian getaran gambar (visual). Oleh sebab itulah apabila indera kita menerima signal/ stimuli dan suara waktu sekaligus menonton TV), yang di adalah "gambar terlebih (karena getaran auditory sudah sementara getaran visual masih Baru proses getaran visual selesai, maka digabungkan kedua hasil proses tadi oleh otak untuk pengartian lengkap.

demikian dikatakan, "gambar dikonfirmasi dahulu terhadap "gambar imajiner" (sebagai referensi yang sudah terbentuk lebih dahulu), baru setelah itu proses oleh dengan kedua tersebut Nah, yang terjadi apabila dalam situasi berikut ini: (1) Situasi stimuli signal masuk auditory saja. ini terjadi maka peng-artian otak berhenti "gambar Semakin auditory ditambah, imajiner berkembang. imajiner lebih tertanam dalam benak, dibandingkan gambar visual/realita.

(2) Kalau setelah auditory baru visual, terjadi dua yaitu suara munculnya imajiner kuat, melihat visual proses pengartian, yang langsung bisa dibandingkan dengan gambar imajiner. (3) Situasi stimuli yang lebih baru auditory. ini terjadi maka proses pengartian final akan lebih lama dibandingkan kalau kedua stimuli datang pada waktu bersamaan.

Mengapa? Karena harus terjadi tiga langkah proses, yaitu: Pengartian gambar visual yang datang duluan, oleh otak di"tunda" dulu. Yang diproses otak adalah menangkap suara Hanya Suara adalah Kekuatan Radio 120 dan memproses gambar imajiner lebih dahulu. Baru setelah itu otak memperbandingkan gambar imajiner gambar yang di-otak. akhirnya diartikan otak.

Mengapa gambar imajiner yang muncul belakangan justru dijadikan referensi oleh otak dalam mengartikan visual datang mengapa sebaliknya? gambar imajiner terbentuk suara/bunyi, lebih daripada visual. mampu trigger lebih sehingga masuk dalam Ringkasnya, dalam memproses audio-visual, otak dulu imajiner lengkap akibat suara, barulah gambar visual bisa diperbandingkan dengannya.

Dari ringkas bisa bahwa hal gambar imajinasi, stimuli-auditory merupakan yang dan Justru adanya gambar/stimuli justru menghilangkan Sebagai Kita ketika masih sebelum sering oleh kita stimuli auditory). itu membuat kita berkhayal dan tertidur dalam mimpi yang indah atau terkadang bisa juga malah tidak bisa tidur karena berimajinasi takut akan muncul hantu atau bajak-laut yang mengetuk pintu.

Ketika dewasa, suatu terdengar klotek-klotek pintu walau hanya imajinasi kecil muncul Lalu mengambil senter, dari tidur, dengan untuk sumber Setelah ternyata hanya seekor kucing. Buyarlah imajinasi seram-seram yang sudah lebih dulu tercipta itu. Dari tersebut atas bahwa, stimuli visual (seekor langsung menghilangkan seram-seram (yang karena stimuli auditory).

Radio is Sound Only Media melalui apapun tetap ia media bunyi". Maka salah satu kekuatan yang khas karakter radio adalah justru terletak pada hanya suara. Karenen hya suahipgambmajier yanatas" Kemampani utucitakanmajn tana biahg serig dilkanagai Radio is Theatre of Mind" Mengutip tokoh dunia Ogilvy, Coca-cola ukuran dan yang

terbatas, dapat setiap hanya dilakukan oleh Sedangkan Anda sebotol Cola Televisi, bentuknya warnanya seperti dan botolnya besar sebesar televisi Kalimat secara telah bagaimana bisa Theatre of Mind, hal tak dilakukan media dianggap lengkap), yaitu televisi.

Sayang tidak yang hal baik kalangan sendiri dari pengiklan/biro (advertisers advertising agency), menganggap lebih unggul Radio. masing-masing punya dan masing- masing. media sama, bagaimana kita karakteristiknya. **Optimalkan Keunggulan Radio Para manager dan** radio sekarang posisi pada berasal generasi tahun Generasi lahir sarana sudah menjadi sehari-hari Atari/Nintendo/Gameboy).

karena adalah yang lebih terlihat", daya visual lebih Akibatnya menyangka bahwa ada stimuli auditory visual) visual yang Padahal imajiner-nya auditory-lah utama itu menjadi terlebih **lalu baru kemudian gambar stimuli visual oleh otak dicocokkan dengan gambar imajiner tersebut.** Menyangka televisi media hebat, yang orang 121 sekalipun mengambil sebagai Orang-orang Apalagi! hanya berpikir iklan dipasang tersedangkan iklan nanti saja potongan iklan buat dengan di sedikit. ! saja dengan begini, media menjadi optimal.

medianya salah, tetapi si "mengendarai" yang Oleh itulah **saya katakan, membandingkan radio dengan televisi juice alpukat dan juice jeruk.** buah dan jeruknya matang, si minuman juice itu pintar meraciknnya, maka bagi kita, **kedua-duanya sama enaknnya dalam rasa yang berbeda.** 122 123 P ada di tahun saya membedah sebuah Radio, saja XJ.

ini puncak pada 90- an sampai ia tetap radio beken berpengaruh di Tarif pun dan ada besar advertising agency mau iklan, saja iklan discount Radio tidak bergeming sedikitpun, jalan terus tanpa kompromi. Media Manager dari Advertising Agency (biro iklan) ataupun Media House yang bi kerjanya dari, jauhkah dapat tarif di / ketika agency tersebut kirim order pasang tidak berkutik berhadapan Radio XJ. cukup bagi stasiun karena televisi sekarang dalam hal banting-bantingan harga sudah berprinsip "how low can you go".

Beberapa yang salah orang senior Radio yang juga menjadi didik datang menceritakan yang Bukan iklan hal bukan bagi bukan soal acara (karena justru sangat dalam produksi dan melainkan soal: What next? tujuan sekarang, kami berada puncak? Masalah Radio yang Sudah Nge-top Radio memang yang dikatakan selama dekade berada posisi- posisi pada pendengar menjadi target audience-nya. di puncak memang tidak selalu enak.

Karena ketika kita merasa sudah di puncak, artinya kita merasa sudah tak lagi pesaing, kita jadi ini sekarang mereka Mereka sekarang menjadi perusahaan yang seolah-olah terhenti perkembangannya, mereka tidak tahu lagi apa yang harus diperbuat. Setiap hari bekerja hanya seperti business as usual. Banyak di mengalami yang ketika berada puncak teratas. Seolah-olah setelah puncak tercapai, yang terbentang di hadapannya tinggal jalan menurun.

Benarkah? Dalam ilmu marketing kenal "product life cycle " siklus sebuah produk, setiap itu masa-masa lalu pasar – – – dan menurun, akhirnya Lalu, apakah berarti sebuah siaran akan fase-fase demikian? benar Apabila tersebut melakukan maka ia akan dan Melakukan artinya melakukan Kata adalah alias begitu-begitu jangan business as usual. Inovasi Kata / seringkali dengan sesuatu baru".

yang dengan adalah sesuatu sudah (sesuatu sudah selama oleh audience pasar) lagi rupa, membuatnya memiliki tambah. saja lebih lebih mudah, lebih menarik, lebih nikmat dsb. dsb. Sebab kita sesuatu sama baru, acara dan ditempatkan waktu yang maka kita memiliki ko " pendengar dan datangnya baru belum Kalaupun Bila Radio di Posisi Puncak 124 tentunya masih harus dibangun yang akan cukup memakan waktu. Ini berarti akan menciutkan dulu posisi yang dengan bisa yang baik.

suatu yang riskan, posisi XJ masih puncak saat Saya bukankah XJ ini berada posisi menurun. begitu, pimpinannya bahwa, tidak sesuatu, lambat Radio pasti masuk ke fase menurun. Oleh itu radio kalau ingin fase kemudian mati", ia melakukan dari yang ini disukai pendengar pemasang Bukannya menghilangkan lama membuat yang sama sekali baru.

Apa Saja yang Bisa Disempurnakan oleh Radio XJ? Dalam marketing juga istilah: Market Share, pangsa Ketika bersaing perusahaan maka kita memenangkan Market Share -nya. Artinya kita ingin memiliki "bagian porsi kue" terbesar dari kue yang tersedia di pasar, **baik itu dalam hal** banyaknya pendengar maupun jumlah dana iklan yang berhasil diserap.

Oleh itu jelaskan Radio bahwa hal telah membuat pendengar sudah menjadi mendengar (time spent listening), apa yang selama ini telah membuat calon pendengar yang belum mendengar jadi mau mendengarkan siaran Radio itulah perlu Penyempurnaan yang itu baik dari sisi Content; sisi Penyajian & sisi Akses. Contoh dari Content: selama topiknya berat satu (misalkan: bicara melulu), sekarang seimbangkan dengan lain tapi masih terkait dengan pemerintahan. dsj.

Contoh dari Penyajian: selama cara selalu bentuk dan penelpon (phone-ins), sekarang

dalam kombinasi antara dialog, monolog, voxpop, phone-in, phone-out dsb. Contoh dari Akses: selama siaran bisa secara terrestrial (lewat / on the air), sekarang bisa internet, satelit dsb. Bahkan interaktifitas bisa dilayani juga via website yang dikelola secara serius oleh Radio XJ.

Intinya, para pengelola radio tidak boleh terlena ketika sedang berada di atas angin, dan harus terus melakukan pembaharuan / penyempurnaan. Contoh-contoh diatas gagasan yang secara saja. Tetapi dipikirkan sungguh-sungguh lebih maka inovasi akan menjadi yang sesuatu dapat arah bagi XJ, selama seperti merasa sudah "mentok".

Saya apabila XJ melakukan semua, maka bukan hanya Market Share berhasil oleh XJ, juga Mind-Share pikir) dan Heart-Share hati) berhasil Menduduki Heart-Share adalah tujuan baru bagi radio-radio yang sudah memenangkan Market-Share. (arm) 125 Persepsi & Analogi Ketika orang di istana membawa kerbau, tentu saja maksud para pendemo itu ingin "menggambarkan/membangun bayangan sosok" sesuatu melalui analogi kerbau itu.

Lalu ternyata masyarakat juga memiliki peng-arti-an yang sama analogi sehingga yang dalam juga dengan dimaksudkan Masyarakat bahwa itu yang badannya gemuk gerakannya Padahal saja tentang berbeda. kerbau binatang selalu keras tahan cuaca. ketika SBY pendemo tak perikebinatangan, lengkaplah sudah "gambaran" diciptakan melalui di masyarakat.

Sejak itu, kokoh "sosok" SBY benak Saya memakai contoh ini untuk contoh membangun sosok stasiun radio Anda. Taruhlah, misal Anda ingin membangun sosok stasiun radio Anda sebagai stasiun bagi segmen orang-orang tertentu. Misalnya saja, stasiun radionya orang-orang eksekutif bisnis.

Musik Anda mengatakan/membuat statement bahwa Radio Anda diperuntukkan bagi orang eksekutif bisnis, Anda musiknya lagu-lagu dipasang hanya orang bisnis. Anda meng"gambar"kan inilah orang Harapannya, bisnis juga menyukai pilihan musik/lagu-lagu tersebut. Seperti kasus kerbau di atas, pertanyaannya apakah ini kesamaan dengan yang masyarakat luas kalangan Ini dipastikan, musik sudah itu didengar masyarakat menghasilkan eksekutif sama benak Kalau maka Anda dengan tokoh bisnis dikenal masyarakat, konfirmasi musik mempunyai dengan eksekutif Artinya, si eksekutif bisnis itu memang benar-benar menyukai seleksi musik yang anda pilihkan bagi mereka, dan ia menyatakannya.

Ibarat yang kerbau, pun penggambaran lalu berkomentar unjuk-rasa membawa Langsung konfirmasi analogi sosok kerbau tersebut. Isi Kata-Kata Isi adalah yang suldari

Karena sendiri bahagian dari yang target audience kita. hal kita radio orang eksekutif bisnis. Kita bukanlah orang yang bergerak dalam pasar finansial atau perdagangan energy, namun menetapkan itu para bisnis target audience .

kita “menyangka” bahwa atau seperti yang oleh eksekutif Kita menyangka, kata-kata/info dibutuhkan pebisnis pastilah harga atau ekonomi China, harga dunia dsb. Ini bisa benar tapi juga bisa salah. Mari perbandingkan kasus di Seandainya pendemo bukan kerbau misalnya apakah pesan yang Sosok Utuh Sebuah Radio 126 ditanamkan di benak masyarakat akan berhasil? Tentu tidak! Ketika Anda ingin menanamkan suatu sosok, maka pesan yang akan Anda tanamkan itu harus sesuai pula dengan persepsi yang sudah ada sebelumnya.

Dalam hal ini Anda telah berasumsi dan menganalogikan bahwa bicara-bicara atau info seperti itulah yang akan menggambarkan kebutuhan orang eksekutif bisnis. Pertanyaannya apakah masyarakat para eksekutif bisnis sendiri memang butuh dengan isi siaran kata yang kita siarkan, atau apakah eksekutif sendiri mengasosiasikan dengan siaran-kata itu? Warna Suara dan Gaya Bicara Setelah dan kata-kata, yang susah adalah suara.

Karena suara, berpengaruh gambaran terbentuk benak Umumnya Anda telpon seorang tele-sales menawarkan macam, pasti Anda membayangkan wajah dan potongannya, bukan? Saya jamin 99% kenyataannya tak sesuai gambaran benak Tapi tak soal, yang adalah sosok yang terbentuk di pikiran penerima telpon, dan bukan sosok yang sebenarnya. Nah, sebuah radio yang orang betulan yang sebenarnya) siaran atau jam.

dari isi-kata dipertanggung- jawabkan, karena suaranya “muda” ada yang sangat berlogat obat pinggir Pokoknya akan membayangkan seorang businessman yang profesional apabila mendengar suara orang ini berbicara. Ada yang suara dewasa membawakan siaran Memang benar suara wanita ini dapat memberikan gambaran dewasa (sesuai dengan target usia pendengar), tetapi tergambar pikiran ketika suara persepsi muncul adalah seorang rumah dan suara eksekutif Terus memang suara berpengaruh membentuk sosok di pendengar.

pula gaya Kita dalam sehari-hari, eksekutif bisnis dalam juga kita sembarangan. bahasa juga bagus. juga gaya pasaran gaul. kalau bahasa “wajar” Anda di yang membangun orang bisnis, gaya seperti akan membentuk sosok diinginkan. tidak bisa menggunakan gaya pasaran dan bahasa gaul ketika ingin memberi citra/sosok eksekutif bisnis.

Mengapa, padahal gaya bahasa begini wajar sekali dikalangan orang bisnis itu sendiri? Itu, persepsi gambaran sudah yang lebih di masyarakat, bahwa yang namanya

businessman dalam berbicara mempunyai gaya bahasa dan gaya bicara yang berbeda dengan pedagang pasar, berbeda dengan pergaulan kita sehari-hari. Itu sebabnya penyiar radio yang radionya ingin diberi label sebagai radio untuk eksekutif bisnis, harus berbahasa dengan bahasa yang lebih sedikit.

Contoh yang salah, terlalu pasaran/gaul sekali: "Ini kayaknya saham pada drop karena mau angin topan yang kenceng banget di China" Contoh yang benar, pas untuk radio dengan sosok businessman: "Harga-harga diperkirakan jatuh, adanya topan akan melanda daratan China " Jadi, yang dari Anda terbentuk bunyi-bunyian sampai ke telinga pendengar. Makanya siaran kagak boleh asal, ya.

(arm) 127 S etiap saya dengan dari radio, utamanya senada, sekarang dari susah Memang, porsi untuk radio seputar dari iklan yang selama 3 tahun terakhir rata-rata sekitar 20%. Anggaran Belanja Iklan tahun 2011 sekitar Rp 86 porsi untuk radio sekitar Ini hampir dengan angka tahun 2004, yaitu 2,4%. Lalu bagaimana kita orang radio melihatnya? Kalau dilihat optimis, nilai anggaran untuk radio meningkat.

mau secara artinya radio sebuah seperti semakin kecil peran-pengaruhnya dibandingkan dengan media lain, karena porsi iklannya tidak juga meningkat. diketahui, 2,2% tertinggal kalau bandingkan porsi iklan radio di tingkat regional Asia-Pasifik yaitu 5,6% (source: Nielsen). Terlepas apapun sisi pandang kita, jelas media ajang dari pemasang semakin dan beragam.

Pilihan media bagi masyarakat dalam soal News/Pemberitaan dan Hiburan, juga semakin banyak, apalagi dengan kehadiran internet yang bisa diakses dari smartphone. Jadilah radio swasta kini posisibingung PRSSNI tidak suatu gerakan yang jelas baik secara internal maupun eksternal, untuk membantu industri ini. "Hanya sedikit radio swasta yang bertahan, itu pun yang di kota besar," kata Menteri Komunikasi dan Informatika Tifatul Sembiring di sela-sela pembukaan Konferensi Radio Asia 2012 di Jakarta, Senin, 7 Mei 2012.

Bukan Generasi Audio (BGA) Anak saya kini berusia 33 tahun dan menduduk jabatan yang cukup tinggi di sebuah Advertising Agency di Ketika masih dulu, permainannya Atari; Boy video-game lainnya. Di waktu senggang ia menonton televisi dan video-tape film-film kartun. Ketika berulang sang sibuk rekaman pesta dengan camera tape. semenjak generasi tahun dan sudah dengan Audio-Visual bersuara, bergerak interaktif.

Kemudian tumbuh dibesarkan era informasi, digital, clip dan Nah, bagi ini apalagi yang sesuatu terkait "audio" tentu sesuatu asing. generasi memiliki "Sound-System" yang hebat di rumah adalah suatu impian dan kebanggaan, bagi generasi sekarang

tersedianya "Sound-System" hebat saja tidaklah cukup. Yang diinginkan generasi ini adanya sebuah "Home-Theatre TV lebar kualitas yang atau HD ditambah Sound-Sytem yang Quadraphonic".

Itulah gambaran **generasi kelahiran tahun 80-an** (dan tahun-tahun setelahnya), yang saya sebut sebagai "Bukan Generasi Audio" (BGA). BGA di Radio Seperti kita generasi ini bekerja radio Apa terjadi? pengetahuan ilmu cukup radio menjalankan yang "hanya tentu mengherankan segala gagasan, siaran dibuat, konsepnya bukanlah dengan didasarkan atas sesuatu yang "audio-only", melainkan dengan didasarkan "audio-visual".

memang yang mendominasi kehidupan BGA mereka Mereka banyak apakah dan Radio Mau ke Mana? 128 kekurangan media mengandalkan suara. keunggulan radio apa kekurangannya. dalam nanti, dalam materi-materi dan materikomersial kita tahu yang dilakukan media dapat berfungsi dan yang boleh (karena itu tidak dampak berdampak apabila di yang nyata, ini sekali radio Jakarta isi gaya diisi BGA prime-time- nya & terkesan kita acara atau kalau televisi.

Ramai, dengan yang berebutan di dengan yang fokus artikulasi tidak telinga, kemudian terdengar suara orang tertawa-tawa. Tapi kita sebagai pendengar tidak mengerti apa lucunya (karena ucapan artikulasi jelas berisik). hal ini di ya masih apa-apa, karena penonton tetap bisa mengerti, disebabkan pengertiannya diperjelas oleh gambar.

BGA di Advertising Agency & Advertiser Seorang keponakan saya juga duduk sebagai seorang marketing manager di sebuah perusahaan produk goods. dengan saya bekerja sebuah Agency, juga generasi yang di perusahaan biasa Mereka "buta" media sehingga mereka sebuah periklanan, hampir mereka media sudah sejak seperti televisi juga juga baru internet, media Twitter atau media lainnya.

heran iklan media melonjak 400% dalam tahun Bahkan mulai Advertising yang mengkhususkan dalam "social and media". pernah sebelumnya Advertising mengkhususkan dalam radio mereka "buta" tentang Nielsen-pun mengumumkan Expenditure di pasti pernah mencantumkan Selalu katagorinya: Media Internet/ New dan sisanya digabung Luar-Ruang Radio.

Indonesia, radio tidak eksistensinya Advertising dan Tetapi dong paling dan tentang radio ini? Radio-nya tidak terlalu sementara Pengiklan-nya juga terlalu Bukankah semua yang kini menduduki posisi-posisi yang menentukan ini berasal dari generasi BGA ? Berbeda dengan Filipina Tidak yang di tetangga, Filipina. waktu saya baru Manila. sini Radio eksis, lebih kepada dibandingkan media cetak.

Menurut saya ini terjadi karena pengetahuan tentang media Radio sudah sangat mendalam, baik di kalangan orang-orang Radio sendiri, masyarakat, Advertising Agency dan Pengiklan. tercatat sejarah, militer Serikat berdiri di sejak 1970, dengan radionya. itu menjadi contoh, bagaimana mengelola sebuah radio dan bersiaran yang benar, baik sebagai organisasi non- profit komersil.

banyak Filipina tahun belajar AS bidang Radio Broadcasting. Pendidikan tentang Radio Broadcasting sudah eksis di Filipina sejak tahun 1977. Ini menyebabkan dan tentang sudah dan hingga ini. diketahui, belanja untuk radio Filipina 12% tahun sekarang mungkin tinggi Menurut motivasi ingin menjadi baik mau dengan utamanya dan sebuah stasiun dengan dan tanpa memperhitungkan dahulu dan uang.... Rasanya ini yang belum pernah muncul dari kita.

Oleh karena itulah pertanyaan "Radio mau kemana?", menjadi sangat relevan dan mungkin hanya relevan bagi kita di Indonesia. (arm) 129 S ebagai ibu tangga, saya membeli Femina majalah Kartini. Saya sebagai suami tentunya tidak pernah sekalipun membeli majalah tersebut, tapi bukan saya membacanya. membacanya tetapi berlangganan majalah adalah saya.

yang sebagai adalah saya. atau lakunya tersebut tergantung pembelinya para wanita/ibu tangga. lucunya, beberapa yang di lahir Bisnis" maksudnya meraih dari para fakta (AC Survey bahwa yang banyak dengan sebagai pebisnis justru "Radio Sonora", sebuah radio yang sama sekali tidak pernah mem-"positioning"-kan diri sebagai radio bisnis, bahkan slogan dan sapa-an-nyapun tidak pernah menggunakan kata bisnis, eksekutif atau sejenisnya. Positioning Dalam sebuah memang langkah strategis memicu akseptasi pasar.

Jadi kalau sebuah majalah mengambil positioning dan menamakan dirinya sebagai majalah Gadis, maka isinyapun tentang hal-hal yang menarik minat para remaja wanita. Kalau anda bukan market majalah otomatis tidak membelinya, mungkin membacanya sekali-sekali. Ini sesuai dengan strategi pemasaran majalah tersebut. Berangkat pemikiran sama, stasiun menamakan ambil sebagai "Radio Itulah Isi acaranyaupun seputar bisnis berbagai Kalau kasus seharusnya ini sama berhasilnya dengan majalah Gadis tadi. Tapi ternyata tidak! Dimana salahnya? Kesalahannya bukan pada pada prinsip Marketing-nya melainkan pada implementasi.

Karakter Media Implementasi dimaksud adalah penerapan marketing itu bidang-bidang/sektor yang Sekalipun dan sama-sama media, masing-masing karakter berbeda berbeda "nature the business"-nya. Hal paling sudah diatas majalah akan/harus dulu target mereka mereka membacanya. seorang remaja merogoh dulu membeli Gadis

ia membacanya. kalau seorang kemungkinan anda akan majalah (kecuali kalau anak anda memintanya) walau ditawarkan pedagang asongan sekalipun.

Mengapa? dari nama, letak out), dan yang itu dilihat sampulnya/covernya jelas impressi majalah bukan anda anda tak untuk dan dulu artikel Berbeda dengan yang bisa tanpa oleh Siaran Radio untuk Siapa? Program Director 130 siapa (kecuali anda punya penerima selama punya nga minat menyalakan radionya. Radio "Manajer" Sekarang kita lebih lagiantara dengan Sebagai pemisalan pakai Radio Radio memasang nama dan iklan memajang cowok keren Manajer serta mengadakan mengundang manajer. kata positioning nama tercantum majalah radio ini bilang Radio Isi saya topik-topik dan manajemen.

kalau seorang anda untuk pendengar radio demikian yang digembar-gemborkan. Hal yang terlupa Disinilah konseptor Manajer bahwa manajer kalau memasang radio karena ingin atau topik melainkan ingin lagunya Groban Peterpan lagi Radio karakter berbeda, pesannya "selintas".

karena para tidak sempat menangkap dengan seandainya ia belajar membahas persoalan-persoalan penuh analisa pemikiran kasus-kasus Kalau toch belajar meningkatkan manajemennya caranya melalui bacaan atau majalah-majalah manajemen. Silahkan bayangkan Manajer pagi akan dari mau kantor, apa lebih si kalau saat siaran radio pembahasan korupsi dari manajemen di tersebut lagu Peterpan ataupun hit lama dari Lionel Richie? Bukan artinya bahwa kita tak boleh berbicara kasus manajemen ataupun kasus bisnis di radio, inti saya tekankan cara ala jangan (copy-paste) cara pengelolaan media Radio.

Kesimpulan Positioning Radio perlu menamakan (dengan nama) segmen yang (misal: Women's Kids dsb), justeru dengan positioning yang sesuai yang oleh pendengar. kalau pendengar si manajer senang lagu-lagu R&B, maka positioning statement anda bisa saja: "The one and only R&B station". Kalau radio anda ingin para dan itu menyukai melankolis, positioningnya "Your Romantic in Saya kalau anda maka anda menamakan "The Radio"-pun, pendengar anda pasti ibu-ibu rumah tangga semua.

(arm) 131 S eorang Bapak seorang yang dari Selatan datang saya berdiskusi katanya ingin radio Alasannya setiap ke ia mendengarkan dari Delta menyiarkan lama ia dengan yang, menurut cara acaranya tepat dirinya. saya "Apakah ingin Bapak nantinya laba suatu atukah Bapak Radio maka memperkirakan kalau kota ada seperti maka pendengarnya cukup karena dengan seperti belum disana?".

pertanyaan itu, membuatnya Alasan Memiliki Stasiun Radio Para dan siaran stasiun

seringkali bingung tidak adanya arahan yang jelas dari pemilik, apa yang diinginkannya. Ada berbagai alasan seseorang ingin memiliki radio, antara lain: 1. Sebagai saja, perizinan frekuensi maka law of scarcity bisnis mengatakan nilai sebuah stasiun akan terus meningkat. 2.

Sebagai hobby, ia senang memasang, mendengarkan kesukaannya. 3. Sebagai supporting business entity (unit usaha pendukung/tambahan), karena ia telah memiliki usaha lain (bisa juga radio) yang telah sukses. 4. Sebagai sarana karena maksud-maksud lain (politis, sosial, dakwah, dsb.). 5. Sebagai benar-benar unit usaha profit centre yang mandiri.

Sayangnya kelima point di atas bisa tetapi juga apabila justru menyulitkan. yang misalnya, 2 butir karena selera diri sangat dengan musik masyarakat sehingga ia hobby jenis yang justru semakin tidak siaran tersebut. kombinasi memungkinkan digabungkan butir dengan 5.

law of scarcity nilai tersebut sebagai asset terus walaupun radio tak pendengar, apalagi apabila radio tersebut dapat dikelola baik dan menghasilkan laba (profit). Oleh itulah pemilik harus betul, ada dari nya secara natural memang bisa siapapun pengelolanya. coba tela'ah berapa sebenarnya radio mau kepada pengelola, sebaliknya menerima dari Di lain sendiri pun cukup kecakapan memberikan kepada pemilik, bahkan pada kasus pengelola merasa sangat sering benar sendiri. Jadi tak ada titik temu antara pemilik dan pengelola.

Radio Siaran Untuk Pengiklan atau Untuk Pendengar 132 Siaran Untuk Pengiklan atau Untuk Pendengar? Anda tanyakan pendengar dan sebahagian akan bahwa lebih mendengar yang banyak" Disini kalau pemilik bermaksud pure business" senang uang dari iklan, saat sama semakin suka" stasiun karena merasa sering terganggu dengan banyaknya siaran iklan.

Dilematis bukan? Sebaliknya, bagi yang adalah "Green Peace", pembiayaannya ditanggung organisasi hidup maka saja itu konsentrasi demi jumlah sehingga tujuan/maksud/misi akan mendapat dari seluas mungkin. Sengaja kedua contoh di atas, diambil dari situasi yang ekstrim agar memudahkan pengerti Sebab, bagaimanapun selalu cara titik equilibrium temu/keseimbangan) dapat dicapai dimana siaran iklan yang memuaskan pengiklan tidak sampai terlalu mengganggu dan masih acceptable pendengar.

dengan menyiarkan secara (di-sate) atau menyiarkan yang oleh dengan gaya bercerita mendongeng /story-telling. Jawaban Bapak W Kembali awal ini, si W mengemukakan

secara jelas, ia membuat yang profit dan tidak dengan membuat radio ala Delta di daerahnya. Jawaban "Nah, begitulah kongkrit jelas yang oleh pemilik."

untuk mengelola stasiun dengan prasyarat-nya adalah jajaran harus betul maunya pemilik, sebelum anda sebuah strategic plan strategis). kalau apapun akan dilakukan pengelola pasti akan salah atau dipersalahkan terus. (arm) 133 Pendengar Tidak Tuning-In di Stasiun Radio Anda P ernah saya datang ke kota Semarang kunjungan tugas bagi salah satu klien saya sebuah stasiun radio saja "MFM") kira-kira 1995. itu masih memimpin perusahaan broadcast management company.

saya bahwa pendengarnya tumbuh pesaingnya, radio lebih muda dengan telah posisinya. pesaing hanya copy" **acara mereka. Demikian duduk persoalannya.** Sebagaimana yang lakukan akan masalah dengan datang ke itu hal Semarang) tinggal sebuah yang tak jauh radio Saya datang diam-diam klien tetap melaksanakan seperti (tidak dan itu tiga saya monitor mereka juga dari lain (juga bagian rekam), jam sampai 24.00. kemudian membuat tentang siaran-siaran itu dari menit ke menit.

Setelah melakukan monitoring, saya ke pusat (studio) meninjau teknis studio; transmitter set; antenna set. itu akan berbicara dengan pimpinan dan stafnya serta mengamati cara kerja mereka. Jadi kira-kira lima hari saya habiskan hanya untuk memeriksa dan mencari tahu **di mana letak permasalahan** Acara dan Penyiar Umumnya pendengar berkurang pindah stasiun lain, lumrahlah kalau menduga acara atau yang dikoreksi.

menurut saya sesuai dengan betapa monitoring hotel di memang pesaing meniru apa telah dilakukan radio Dalam ini, penyiar radio memang ke radio sehingga besar pendengar loyal mereka ikut terbawa oleh si penyiar. Walaupun masih satu tersisa pikiran "Mengapa si penyiar belum pendengar "M" tidak sementara ia berada di radio pesaing pendengar radio itu tumbuh pesat?" Saya sendiri berpendapat bahwa banyak hal yang harus dilakukan dari sisi programming radio MFM termasuk ketrampilan di broadcasting.

saya mau itu sebelum kepastian, sebabnya pesaing hanya "peniru malah mengalahkan bahkan penyiar dibajak pun jumlah pendengar "MFM" tidak tumbuh, sementara pesaing dengan menggunakan penyiar itu juga justru semakin cepat perkembangan jumlah pendengarnya. Keliling Kota dan Wilayah Sekitar Saya pastilah karena daya Di mobil saya preset 134 frekuensi MFM dan frekuensi radio pesaing-pesaing.

Kemudian kita berkeliling ke seluruh pelosok kota sampai perbatasan pesisir maupun selatan. setiap memindah- mindahkan preset radio klien penerimaan level volume setiap

relatif sama antara dengan lain. hampir asa jadi dong? Tombol Scan di Radio Set Mobil Lalu ingin tombol preset untuk frekuensi radio ke MFM kenapa saya memencet "scan", secara otomatis setiap radio scanner berhenti tuning-in.

justru ketika pada radio radio tersebut berhenti tuning-in, lewat dan berhenti frekuensi lain juga Saya lagi kali ketika mendekati pusat MFM, saja tidak pada MFM. yakinlah "Ini horeee... ketemu jawabannya." Signal Pancaran Signal pemancar kita hal paling karena signal-lah acara-acara kita sampai hadapan Artinya apapun Anda tetapi pendengar menangkap signal maka pendengar anda akan tumbuh. Kebanyakan men-set signal dengan modulasi terhadap carrier-nya Signal). logikanya, modulasi maka terdengar keras.

ini sekali, Anda dengan AM Amplitude Modulation) dikarenakan karakteristiknya memang seperti itu. Tetapi kalau siaran pada frekuensi FM (Frequency Modulation), anda mengoptimalkan maka penerimaan (volume di pendengar terdengar tetapi ada buruknya signal anda tidak Justru tidak (istilahnya lari) inilah yang mengakibatkan radio anda menjadi sulit diterima/ditangkap oleh pencari gelombang otomatis scanner radio set di mobil.

Bahkan kalau anda lakukan pencarian dengan manual pun tidak mudah mendapatkan "center"- nya mantap), pendengar saja untuk mengeluarkan ekstra tenaga hanya untuk teliti mem-pas-pas-kan ketepatan jarum gelombang. Jadi itulah "MFM" perlu dan terlebih baru kemudian dilakukan perbaikan dalam sisi programming. Jadi ingat, kalau mau sukses di radio, perhatian anda harus sama kuat yaitu di satu sisi ke bidang teknik pemancar dan studio, bersamaan itu pula perhatian harus diarahkan ke bidang programming dan siaran. bisa mendahulukan satu lalu sukses.

(arm) 27 September 2008 135 Acara Partisipatif S eorang radio-broadcaster komentar menuliskan yang miliki di www.broarcastsukses.com, serta meminta agar saya membuat tulisan sebagai solusi atas yang telah hampir radio daerahnya. Permasalahannya sebagai berikut "Semua radio siaran di daerahnya mempunyai acara harian yang pada intinya meminta partisipasi pendengar melalui sms ataupun melalui telpon. Acara-partisipatif tersebut bisa berupa permintaan lagu, bisa juga berupa quiz, atau sekedar melontarkan opini.

Dari sisi jumlah partisipan yang menelpon atau mengirim sms, menurutnya cukup banyak. Artinya, selama acara berlangsung dering telpon atau sms yang masuk relatif padat. Tetapi setelah diteliti lebih mendalam, ternyata sosok individu partisipan tersebut ya..itu-itu juga.

Sehingga seolah-olah pendengar acara tersebut cuma segitu-gitunya terus dan tak pernah bertambah. Bagaimana caranya supaya yang ikut berpartisipasi bertambah/pendengar bertambah ? " SMS Bukan Indikator Sebetulnya dengan belakang sms, saya pada 2 2008. situ saya bahwa tidak dijadikan mengingat faktor variable -nya yang sangat banyak. Jadi, tidak ada hubungan langsung antara jumlah pendengar jumlah yang pada acara.

seperti surat-kabar, dimana ada langsung jumlah pembaca masuk dimuat rubrik surat pembaca, dengan banyaknya jumlah pembaca koran tersebut. Pembaca koran Kompas mungkin mencapai juta ribu setiap Dari pembaca berangkali hanya orang hari menulis pembaca. ia sedang surat pembaca, saja masih pembaca itu, Jadi sebanyak- banyaknya pendengar yang mengirimkan sms, masih lebih banyak lagi pendengar yang tidak mengirim.

Agar Pendengar Acara Partisipatif Bertambah: a. Isi Untuk pendengar partisipatif bertambah, asumsi ada permasalahan maka tidak dilakukan hanya satu partisipatif saja. harus dengan besarnya dahulu, station format. format Anda dangdut. jati stasiun adalah dangdut.

kalau kemudian acara berhadiah malam pertanyaan, "Siapakah orkes big band Jazz pada Perang ke maka dapat yang yang partisipan sedikit. orang-orang saja suka tetapi kebetulan musik Jadi mau acara-partisipatif Anda kuatkan jati-diri Anda. kemudian acara tersebut selalu keterkaitan dengan diri Jangan 136 b.

Pilihan Issue Seringkali menjadi dalam host televisi MC panggung harus acara, "apa yang agi in?" kalau perhatikan, apa jadi pembicaraan televisi radio suatu bisa Sebab patokannya apa "in", apa lagi topik di ...itulah yang akan diangkat. Mengangkat apa yang sedang "in" sebagai pilihan issue yang akan Anda pakai dalam acara-partisipatif, jelas tidak salah.

Tetapi akan menjadi salah, apabila Anda menampilkannya dari angle (sudut pandang) yang tak ada bedanya dengan stasiun lain. Sudut pandang dalam issue haruslah pula station-format target audience Anda. Harus khas! Misal, yang "in" adalah pemerintah yang olah tak menghargai bangsa Indonesia dan bersikap diluar perikemanusiaan terhadap para TKI kita yang notabene manusia-manusia yang bekerja untuk kemakmuran mereka.

Nah contoh, kebetulan radio adalah Jazz Station dengan target audience orang kelas maka Anda opini adalah mengangkat angle issue ini sisi berikut, Jazz Lovers, Anda mungkin maksud Malaysia melakukan terhadap Atau ada pihak ketiga seperti Singapore

yang tak menginginkan Indonesia rukun dengan Malaysia??? Silahkan opini melalui format Anda dangdut, dengan target audience orang kelas maka Anda opini adalah dengan mengangkat angle issue ini dari sisi sebagai berikut, "Sahabat dangdut, enaknya Malaysia i c. Pada Acara Permintaan Lagu Acara lagu seringkali menyebarkan, yang lagu itu-itu dan yang pun lagi.

demikian? diingat, karakteristik menyebabkan kedekatan (secara virtual) si dan pendengar. begitu, hubungan ini memerlukan Berbeda pendengar sudah mengikuti radio selama setahun dengan pendengar yang baru menikmati siaran radio anda selama satu bulan. Terbentuknya kedekatan hanya suara menimbulkan persepsi imajinasi. sekali virtual dipersepsikan lagu tertentu pendengar.

ketika penyiar maka pula pendengar dengan lagu yang sebagai rasa Munculnya hubungan virtual berbeda-beda tingkat pendengar. pendengar remaja jauh lebih kuat dibandingkan pendengar dewasa. Tetapi karena pada usia remaja minat untuk "tampil" juga kuat, maka jumlah remaja yang berkeinginan ikut acara pilihan pendengar akan lebih banyak.

Maka tak heran soal "pendengar yang itu-itu aja" akan lebih kelihatan pada radio-radio audience-nya orang-orang ketimbang radio Anda mengatasi misalnya, "prasyarat" setiap untuk permintaan Be creative! khusus hari Anda prioritas pendengar dengan nomer telpon berbuntut angka ganjil, atau yang tinggal di area utara, dlsb. Anda umumkan ini sewaktu acara sedang berlangsung. Penutup Dalam radio broadcasting, analisa permasalahan serta solusinya tidak pernah "satu" saja.

Oleh karena apa saya di barulah atas secara Banyak hal lain akan panjang dibahas forum seperti dalam blog Tetapi harapkan prinsip yang jelaskan atas menjadi patokan mencari solusi. (arm) 137 Ayo Radio! Buatlah Masyarakat Tambah Pintar B elakangan televisi semakin dikecam. postingan saya, setiap ada yang Siaran-siaran dianggap siaran-siaran kekonyolan kehinaan mengekploitasi rendah demi rating.

siaran-siaran dan lebih koran (koran sensasi) hal-hal tidak dipastikan Kasus terbaru kasus Noordin M.Top yang dikatakan terkepung dan terbunuh tapi ternyata bukan. Belum lagi dari sisi belakang para reporter editor-nya, Dalam berita Ahmadinejad pilpres yang si tidak bedanya pemimpin dalam tahun yang kekuasaan Iran, Ayatollah Khomeini, dengan pemimpin spiritual Iran yang sekarang, yaitu Ayatollah Ali Khamenei.

Ini lagi, saja menit lalu, sebuah talk show, pembawa terlihat sangat bodoh, karena tidak tahu membedakan antara Psikiater dan Psikolog. Ampuuunn deh! Masyarakat Gampang Dibodohi Bahwasanya besar kita belum mengalami yang semua juga Tetapi yang

menyadari di yang mengalami pendidikan cara masih matang. mudah oleh lain. kita surat-kabar hari. akan menemui berita penipuan.

Ada dengan cara melalui sms ke handphone yang menggiring si pemilik handphone ke untuk dikuras si Ada dengan email uang-gampang. com mempromosikan dengan saja mengalir Ada seminar main yang seolah-olah meraih beribu- ribu padahal dia alat. yang cara investasi hotel apapun) luar-negeri, katanya dipakai untuk di negeri, sembari uang bulanan.

lagi raja yang warisan dollar tapi uang untuk warisan Belum iklan provider handphone yang menjanjikan ngomong gratis berjam-jam setelah sekian menit. Semuanya itu dipercayai **begitu saja oleh masyarakat.** Kasihan betul! Bahkan Presiden kita pun mau percaya dikatakan seorang bengkel bisa bahan dari Sebuah yang saja cukup untuk Ampuun deh! Orang Sakit Perlu Pertolongan Sebenarnya, dalam masyarakat sakit ini, peran sangat untuk mereka, mereka, menstimulasi agar jadi pintar, agar jadi kritis/tanggap/berinisiatif.

Masalahnya, media dengan penetrasi terbesar yaitu televisi sendiri juga bodoh dan malah mengikuti selera masyarakatnya yang bodoh itu. Jadi, apakah kita sudah patah arang? Tidak Karena masih media karakteristiknya kuat mempengaruhi walau jangkauannya seluas yaitu: Kelebihan 138 radio televisi soal dekat” dengan penyiar. penyiar menjadi yang dipercaya si Oleh itu penyiar peluang untuk membuka wawasan si pendengar.

Penyiar punya kesempatan untuk “mengajari” si pendengar agar menjadi lebih pintar. Penyiar mengatakan, Pendengar, mudah dengan Karena pada tidak pedagang mau Jadi dia sesuatu itu berarti mengambil dari yang “Hai kalau berita kabar Anda hadiah apalagi sesuatu tidak usaha, maka percaya. prinsipnya ada besar kerja-keras. pasti tawaran-tawaran ini ia mengambil dari tanpa sadari.”

TV yang Arogan dan Radio yang Minder Orang itu dianggap dan hebat merasa selebritis televisi media Bekerja televisi Sebaliknya orang sendiri merasa diri. bekerja radio seperti kerja, seperti saja. saja, radio sedang bisa cuma kaus dan jepit. dengan televisi harus pakaian mahal, asesoris, dan jas. Sebenarnya orang sombong orang minder bukanlah persoalannya. penting orang bekerja medianya haruslah tanggung-jawab masyarakat.

udara dilalui itu rakyat? bisa itu sebaik-baiknya, masing-masing harus visi dan yang untuk misinya, visi misi dan bisnis tercapai. ini, perlu Radio di Era Digital Salah maksud digitalisasi TV Radio konvergensi. di depan, baik TV, Radio, Telephone, Computer, Internet akan menjadi satu akses saja. Jaman sekarang kita Indonesia belum

infrastruktur yang sehingga streaming audio video diterima terputus-putus.

di depan ketika gambar dan audio sudah lancar disalurkan melalui internet, maka radio pun akan memiliki gambar. Pendengar bisa siaran di sambil website dimana webcam-nya ke Pendengar akan melihat sang pujaannya "live " sedang bercuap-cuap. Radio bisa diakses dengan gambarnya di seluruh dunia! Jadi jelas, penyiar radio di masa depan harus pintar, intelek dan... berdandan dulu sebelum siaran.

Ayo Radio Setelah tahu masa radio, mulai kalau televisi tidak bangkit peran untuk masyarakat pintar dan orang tak ragu sejak membangun masyarakat kepada Radio. yang bisa oleh "apalagi depan ada gambarnya looh", kata sebuah iklan. Now it's the time to start it all! Merdeka! (arm) 139 Radio yang Enak K alimat di adalah yang sering oleh kita dan boss dalam bentuknya.

"Siarannya enak "Ngomongnya yang enak dong"; "Suara lo kagak enak deh"; "Lagunya nggak enak tuh". Biasanya kalimat keluar ada yang mengena telinganya, dia tidak tahu bagaimana mendeskripsikannya. Makanya kalau kita tanya, "yang enak itu yang bagaimana?", maka pun jawabnya. ia banyak berusaha tetapi tetap kita tahu yang yang itu. perbaikan diharapkan terwujud.

memang sulit memperbaiki menjelaskan apa yang baik saja masih belum bisa? Mendeskripsikan "Enak" Mendeskripsikan bukanlah yang Bakso enak si belum enak buat si B. Begitu pula sebuah lagu yang enak untuk si A, belum tentu enak untuk si B. Jadi "enak" itu personal Radio paling pendengarnya berarti enak untuk saya, tetapi barangkali memang enak bagi sebahagian besar orang yang bukan seperti saya.

Artinya, kita mendeskripsikan maka yang ditetapkan adalah, itu siapa?". artinya sekelompok yang apa umumnya? karena sering survey perilaku lalu homogenitas tersebut, siaran nanti bisa "enak" sebahagian kelompok masyarakat yang ingin kita layani (target audience), asalkan kita bisa memenuhi deskripsi "enak" sesuai deskripsi kelompok tersebut. Paling mudah hal itu dilakukan dengan lagu.

Radio yang paling banyak pendengarnya sekarang ini, formulanya cukup dengan melakukan survey apakah umumnya orang suka atau tidak suka akan sebuah lagu. Lalu mereka hanya mengudarakan lagu yang paling banyak disukai saja. Maka otomatis radio hanya siaran lagu sudah survey berhasil pendengar Siaran Pop memang yang untuk mempersatukan sosial masyarakat.

begitu diingat, bukan "semua orang" melainkan hanya "sebahagian besar" orang. Katakanlah radio itu akan berhasil saya orang- orang seperti saya mau mendengarkan

siarannya. Karena definisi "lagu enak" buat saya justru tidak banyak terdapat pada lagu-lagu yang digemari oleh sebahagian besar masyarakat.

Banyak lagu pop yang sebahagian orang enak, buat malah dapat apresiasi karena simple (sederhana). orang saya sih Pasti sedikit. Paling tidak pasti lebih sedikit dari jumlah orang yang suka lagu-lagu pop ringan. Nah, baru soal seperti Bagaimana penyiar ngomong- ngomong Definisi tentang yang bahkan sulit Variable faktornya banyak, kombinasi berbagai "Warna Cara (kecepatannya, ucapannya, yang intonasi Hal-hal disampaikan/dibahas; (simpatik, instruktif, melankolis, ramah, cerdas, dan lagi semuanya faktor berpengaruh penilaian rasa suka atau tidak suka pada si penyiar oleh pendengarnya.

Ketidakmerataan Strata Sosial Perlu struktur masyarakat masih dimana masyarakat 140 terbesar berada kelas yang ke Orang tingkat edukasinya lebih jumlahnya yang tinggi. yang wawasan sempit banyak dari wawasannya Orang yang lemah banyak yang kuat. saja "enak" juga sangat di kelompok apabila menurut masing-masing Kelompok masyarakat menyukai yang analitis dan sementara yang bawah omongan-omongan dan banyak Artinya, Anda "enak" kelompok yang di bawah, itu tentu buat sosial di Begitu sebaliknya.

Padahal sosial di bawah yang dalam Enak Bagi Sebahagian Besar Kelompok Masyarakat Dengan lain, omongan siaran terlalu pintar", lagu- lagu Anda "agak lalu siaran serius", artinya Anda sedikit Karena siaran tidak Sebaliknya ingin pendengar banyak maka harus yang gaya terus"; "putar pop "isi yang Yang enak sebahagian besar kita.

sekali kalau pendengarnya bukan? mudah contoh bisa pinjam TV penontonnya yaitu acaranya dibandingkan acara, Andy" penontonnya lebih Baik atau Tidak Baik ? Pimpinan stasiun mengeluh saya jumlah radionya Kemudian coba angka-angka survey Nielsen, benar jumlah pendengar keseluruhan (all people) memang menurun sedikit. Tetapi ketika kita perhatikan angka kelompok dengan sosial mulai BA sampai kelas A (atas), ternyata meningkat banyak.

Kehilangan kelas sebesar orang, tumbuh kelas sebesar 30.000 Maka "all people " ini pendengar 20.000 Itu baik tidak? darimana kita dan hal sesuai strategi kita? kita kualitas sebagai untuk revenue (pendapatan), kenaikan pendengar ekonomiatas menggembirakan. kalau ingin kuantitas sebagai tentu penurunan all people tulang-punggungnya kalangan kelas merupakan yang kurang menggembirakan. Maka segalanya kita.

kita acara-acara Tukul, sudah jumlah audience-nya banyak. Tukul "enak" sebahagian

masyarakat yang berada kelompok sosek CDE. selera dengan masyarakat status AB, dari jumlah juga memang lebih sedikit. Perlu oleh semua, "enak" tingkat dalam kita sangat Begitu antar intelektual, belum antar Misalnya antara, perkotaan urban) kota-pinggiran rural-urban) pedesaan rural).

Sebagai "pasar", kelompok tersebut memiliki dan kekurangannya sendiri-sendiri. Cukup jelilah kita melihatnya? (09 Juli 2009) 141 Permintaan Lagu/Request di Radio S aya mengingat-ingat, pertama saya sebuah siaran Sepanjang saya ingat, saya berusia tahun, saya sebuah di Radio itu menggunakan pemutar tuning (dialer) sehingga harus perlahan untuk siaran- siaran mungkin bisa Di pojok ada monitor untuk apakah yang tuner kita sudah Alat itu sering "mata karena hijau bentuknya mata kucing, yang membesar mengecil tanda tuning sudah atau belum.

Sebagai seorang anak yang berumur empat tahun, bermain-main "mata kucing" itulah awal ketertarikan radio tahun Agak menjelang mulailah saya sengaja mendengarkan radio, lagi bermain. RRI paling pada tahun adalah Pendengar" istilah sekarang acara "Request Lagu". Acara Permintaan Lagu Hampir stasiun memiliki seperti sejak dulu. acara hampir saja, pendengar lagu juga kepada pendengar lain) melalui sms atau telpon (kalau jaman dulu, melalui kartu pos, atau surat), kemudian lagu diudarkan.

yang surat sms-nya oleh bisa puluhan baru lagunya Ada yang satu surat/sms lalu lagu dipasang. banyak siaran surat/sms yang hanya saja komentar penyiar tertawa-tawa lebih dari kombinasi surat/sms + lagunya. Kalau tanyakan penyiar, mereka seperti maka jawabannya adalah: "pendengar kita itu senang apabila suratnya dibacakan dan dibahas".

Jadi para penyiar melakukannya memuaskan yang lagu. logika memang benar sekali, bukan? Agar radio kita banyak pendengarnya, maka penuhi saja apa yang menjadi keinginan pendengar, bukan? Bahkan ada sebuah stasiun radio yang siarannya hanya Song Request saja. dengan acara iradio berhasil banyak Suatu Malam di Club Anda pernah dimana datang menikmati live music" sebuah club.

Ternyata di club tersebut ada segelintir kelompok pengunjung yang sedang merayakan ulang Maka malam, band yang melakukan show", melayani request" para yang Akibatnya sederetan "garing" atau lagu "gombal" ala karaoke, ditambah si penyanyi yang kemudian jadi banyak ngobrol melayani dari tamu tersebut. parah tamu-tamu ikut ke ikut dengan dan yang Segelintir yang berulang-tahun teman-temannya saja gembira, tertawa, dan bernyanyi. 142 Tetapi dengan lainnya.

datang menikmati Hiburan band tetapi "pertunjukan Telinga dan sebahagian besar

tamu-tamu lain yang ada di situ akhirnya tidak tahan lagi, belum 30 menit terus.... cabuuut... "let's get out of here ". kemungkinan mereka untuk kapan pun tidak akan kembali kesana, setelah mengalami hal yang menyebalkan tadi. Pelajaran Berharga Pelajaran bisa tarik kejadian diatas: mencoba hanya gelintir sementara besar lain merasa karena "merasa tak diperhatikan".

Di siaran artinya, kali membacakan atau permintaan dari orang tentu si surat/sms senang kemungkinan ada pendengar memang berkirim (tetapi sedang siaran justru kecewa. mereka sudah tentu mereka akan memindahkan saluran frekuensi stasiun ke stasiun lainnya. Tetapi bagaimana penjelasannya, karena ternyata ada radio yang siarannya hanya permintaan serta lagu berhasil banyak Menjawab ini tidaklah mudah, karena banyak faktor yang dapat menjadi alasan. Misalnya, karena di area tersebut persaingan tak ketat. juga, masyarakat kota mempunyai kedekatan sosial dan budaya yang homogen.

Jadi banyak faktor yang perlu menjadi pertimbangan, sebelum bisa ditemukan jawaban yang paling pas. Walau bagaimanapun juga, hal yang paling terpenting dalam catatan kita para penyiar adalah: " anda termasuk membawakan permintaan sebenarnya disadari Anda melakukan Show Sebuah Hiburan Para Pendengar. Jangan puaskan satu orang tapi melupakan unsur show Anda, sehingga mengecewakan sebahagian besar pendengar lainnya."

Ingat: - tentu yang sms/surat pendengar radio Mungkin saja ia hanya menunggu surat/sms-nya dibacakan dan setelah itu segera pindah ke stasiun lain untuk menunggu lagi surat/sms-nya dibacakan disana. - tentu senang surat/sms stasiun ada semua pendengar. karakter pendengar yang pernah surat/ telpon/sms stasiun tetapi rutin siaran-siaran stasiun Karakter pendengar seperti ini justru lebih banyak! 143 Radio Bingung R adio menjadi dari grup Para eksekutif ini profesional bukan stasiun. berdiskusi mengemukakan yang hadapi "bingung".

mereka inilah akan ulas persatu ulasan al Bingung, bahan pemikiran para broadcasters yang menghadapi yang Kita awali dengan bingung pertama. 1. Acara dan Siaran Radio mempunyai pagi yang terkenal menggunakan host (penyiar), sebut saja nama acaranya Ceria Pagi. Isi acaranya tentang segala hal dan dibawakan dengan bercanda.

sekarang radio memiliki target audience sama) menyiarkan acara sama, dengan orang juga juga sms-an, akhirnya ada yang baik Radio maupun lain Apa yang harus dilakukan? Karena kalau ia mengganti acaranya, ia khawatir bahwa para pendengar dan pengiklan yang sudah mengenal mereka dengan acara Ceria Pagi justru akan meninggalkan mereka. Jawaban ARM: Pemikiran untuk menimbulkan perbedaan (istilah dalam

marketing: differentiation) itu sudah benar. untuk pembedaan, perlu dengan program berbeda.

program Pagi justru dikenal dahulu radio Artinya brand ZJ lebih Menukar brand sudah kuat brand yang masih sama sekali baru justru akan merugikan perusahaannya. Dengan brand yang lebih kuat, hanya me-refresh yang mulai periode (memudar) banyaknya dengan yang Cara paling untuk me-refresh adalah dengan membuat "sesuatu keunggulan yang baru tapi sulit ditiru di dalam acara tersebut".

apakah tentu Radio lebih dan mengenal SDM profil Karena di industri, tiru-meniru hal misalnya mineral yang oleh produk putih" atau detergent yang diikuti puluhan detergent Namun membuat yang sulit oleh dan tersebut mesti dari saja. misalnya keunggulan jalur dan supply, harganya mahal tapi air "Aqua" lebih dari lain tidak kehabisan stock.

"Rinso" tahun tahun memperbaiki di Perbaikan ini tidak diluncurkan, ia "kesempatan" yaitu saat sedang gencar-gencarnya berkampanye produk-produk peniru Rinso, ia akan diam-diam saja. Tetapi ketika masa pesaing lewat, Rinso "produk baru". saja peniru kelabakan ia butuh mensukseskan lama balik modal sebelum meniru formula untuk formula dari Radio bisa prinsip formula, darah bagi Ceria dengan atau dengan "unsur yang bagi 144 pesaing untuk dapat "cepat" meniru. 2.

TV Lokal Pasang Tarif Iklan Jauh di Bawah Radio Radio (lokal) di kota ada TV Radio kesulitan diargumentasi pengiklan tarif mereka mahal Rp per spot). Padahal tarif itu sudah selama tiga tahun terakhir tak pernah naik dengan alasan persaingan. Akibatnya margin perusahaan sangat mendekati Tetapi tambah situasinya, TV di sudah menerima menayangkan hanya tarif jauh murah Rp per spot).

pengiklan "Lebih pasang di sudah gambar, juga setengah radio". Jawaban ARM: Problema ini sebenarnya problema klasik. Kalaupun tak ada TV lokal yang banting harga, selalu saja stasiun (bahkan yang besar banyak yang membanting harga (atau sampai begitu agar lain bisa atau agar dia sebagian Filosofi adalah yang ada otaknya pengiklan media manager advertising agency, "Eh eh kalau siaran, baik iklan tidak iklan, toch juga.

lebih pasang iklan saya dengan harga berapa saja, yang penting kan ada uang masuk!". Filosofi dagang yang pernah dijawab para broadcaster, pemilik, direktur, kepada Para broadcaster tidak apa value dari radionya bagi pengiklan. Para broadcaster sendiri tidak tahu apa "produk" dari bisnis broadcasting.

Kalau broadcaster tidak maka saja meyakinkan apa keunggulan/manfaat lebih kampanye pengiklan, pengiklan media ini. itu dari di dan di lokal, beriklan radio dengan beriklan di koran, beriklan di radio saya dengan beriklan di radio orang lain. Bukankah kita melakukan kita memilih yang disesuaikan kemauan Kita memilih, naik api bis atau bis dengan charter, pesawat dengan api, Garuda Mandala Lion.

ada untung-rugi tapi sebagai yang traveling tahu value masing-masing yang Kalau tahu value -nya maka soal harga/tarif sulit untuk bisa kita (sebagai pembeli) tolak, sepanjang justifikasi antara value berbanding harga tetap masuk akal. Jadi kalau ki traveling, belum bisa dikatakan bahwa kita akan memilih biaya yang termurah, bukan? Jadi pada radio, ada kekurangan skill dari radio sendiri, sehingga tidak bisa menyampaikan value stasiun kita kepada pengiklan secara benar (selling skill dan salesmanship).

Maka kebiasaan kita hanya membanting harga untuk dapat iklan. Ataupun karena value itu memang Kalau yang permasalahan, tugas adalah program, dan pancar modulasi terlebih dahulu. Sebab, hanya apabila radio itu sudah menjadi "radio yang sesungguhnya", maka ada lain sanggup termasuk sekalipun. fakta terjadi di negeri paman Sam. 3.

RADIO IBU-IBU dengan PENDENGAR PRIA Stasiun BB memiliki khas karena maksudnya siarannya kepada Mungkin seperti Kartini majalah Lalu KN, radio menyampaikan yang oleh BB, ternyata pendengar dan wanita-nya besar Sementara 145 angka jumlah wanitanya kalah dengan radio justru menamakan sebagai untuk "Kok begini", Ibu Jawaban ARM: Perlu dulu bahwa bukanlah Kalau Femina Kartini di dengan lainnya Tempo, lalu ada dan lewat lihat-lihat, si akan Femina Kartini si akan melihat-lihat Gatra atau Tempo.

Baru kalau si ibu suka, ia akan beli majalah itu, Femina atau Kartini, begitu dengan akan Gatra Tempo akan pulang dibaca di rumah dan bukan sebaliknya. Berbeda dengan radio. Misal, sedang dalam ia radio mulai scan. sedang men-scan saluran, lalu ia berhenti pada satu stasiun yang kebetulan sedang memasang lagu kesukaannya. Pastilah ketika itu ia tak terlalu peduli bahkan tak tahu apakah stasiun radio ini stasiun radio siaran untuk wanita atau untuk pria.

Yang jelas, ia berhenti dan tune-in itu disebabkan karena lagu (bisa juga karena ada berita yang penting!). Begitulah satu radio. kalau KN bahwa menggunakan nama sebagai stasiun menggunakan wanita sapaan lalu otomatis demikian radionya wanita maka sudah tak akan terjadi. Gelombang radio dan untuk saja, radio perlu Kekeliruan yang Ibu dengan BB hal Misalnya radio menamakan diri Radio Eksekutif, eh ternyata persentase pendengar yang memiliki jabatan eksekutif sangat kecil, kalah banyak dari

stasi Jazz Station.

30 tahun yang lalu di Jakarta ada penyiar radio, seorang pria namanya H, sangat populer, yang pendengarnya 100% dan saja. populernya, hidupnya kawin-cerai beberapa pokoknya deh celeb Lucunya, si itu tidak radio yang dilakukan yang resep ngomongin ngomongin Si cuma "gombal", dan romantis lainnya. Sering ia menyapa dengan gaya seolah-olah si pendengarnya itu merasa bahwa si H ini sedang berbicara merayu dirinya.

Tentu saja gaya begini hanya kena menyentuh "hati" wanita, dan bukan pria. Itu sebabnya pendengar si H, hanya wanita saja dan jumlahnya sangaaat banyak. Pelajaran yang kita dari Bahwa ingin kelompok tertentu, melalui rasional justru pendekatan Dan memang itulah karakter radio... telinga anda lebih ter-connect dengan "hati" daripada dengan "otak". 4. PENDENGAR ATAU PENYIAR Pendengar komplain setiap lagu tidak dikabulkan oleh ar.

ini di si radio. ia si dan penjelasan lag permintaan itu perbah Si menjawab bahwa yang itu lagu sudah diputar, di ini juga stasiun radio lain. Karena memang lagu itu sedang top-top-nya. Makanya, lagu permintaan tersebut tidak karena sangat deh. bos bingung, nih begini?". Jawaban ARM: Kalau policy-nya pendengar meminta apa pada berapa maka mau mau harus permintaan tanpa Makanya dibuat saja, permintaan hanya acara untuk atau jam 146 tertentu (tanpa ada khusus). itu juga dibuat agar pendengar terlalu dengan lagu diluar music format tersebut.

Perlu perhatian juga penyiar bekerja radio, penyiar akan cepat bosan satu apalagi tersebut dalam wajib putar 5x Penyiar setiap harus tentulah jenuh lagu-lagu yang daftar Namun demikian pihak Maka ketika penyiar bosan satu barangkali saat pendengar, atau senang-senangnyanya dengan lagu tersebut. (arm) 147 Lagi Radio Bingung Lagi T ahun 1988 saya me-launched radio 89.7

TOP-FM Jakarta yang sepenuhnya hanya siaran musik, khusus musik nostalgia (untuk zaman itu berarti lagu-lagu tahun 1955/60/70-an), dengan format putar 5 lagu berurutan sebelum diselingi 1 break untuk iklan atau bicara. More Music Less Talk. Malah launching yang hanya lagu/musik tanpa Buat jaman itu, itu semua merupakan hal baru. Gelombang FM masih baru, format siaran hanya khusus musik juga baru, siaran lagu-lagu juga pernah sebelumnya, terus 5 lagu berurutan diselingi 1 break juga belum pernah ada yang begitu. Ternyata orang-orang suka. Hal begitu Jakarta, hanya waktu tahun menduduki rating tertinggi SRI-Nielsen.

itu stasiun lain mengikuti seperti ini. Yang Mulai Ramai d i Jakarta 10 Tahun kemudian,

sejak meledaknya Reformasi 1998, maka ramailah radio ber-eforia berita, politik talkshow. handphone menambah format dan acara-acara interaktif.

Radio-radio yang menampilkan show-host berbicara tentang gaya hidup (life- style) mendapat balik pendengar mengirim sepertinya marak di radio. awal menggabungkan politik ekonomi life- stye permainan/game/ quiz/ contest selingan Radio bergeser, music- radio (hanya menyiarkan musik saja) menjadi tidak "in" lagi. Tetapi pertengahan pertama 2000, format berurutan tak ala music-radio lagi diawali GEN yang diikuti oleh lain.

radio jejak FM mengurangi penyiar dan hanya musik siaran-siarannya. ada di yang tadinya meyiarkan yang berat, tidak menyiarkan banting haluan memperbanyak dan pendek ringan-ringan topik-topik masih mode, wine, cafe, clubbing, tas, dan lain topik gaya hidup. Radio paling di kini lagi pangkalan aktivitas muda, melainkan menjadi radio dengan rangkaian musik saja.

Rangkaian musik yang disukai remaja, dan seleksinya pun dipilih oleh pendengar remajanya. Ada Radio baru bulan hanya 3 penyiar yang bukan host, sebagai selingan yang mereka dibutuhkan oleh target audience -nya. Nah, gambaran radio Jakarta ini. ada kelupaan. 10 tahun yang lalu sms sedang gencar banget, sekarang sudah mulai berubah, dimana radio mengajak pendengarnya menggunakan alias Messenger menyebutkan PIN-nya.

Menurut ini merupakan kebingungan. Karena lihat radio berakrobat, ingin Gen-FM dominasi an Kalaupun 148 informasi, kebanyakan yang urgent. saja: cafe, wine, hangouts, Pokoknya lah. seperti mau boleh, tidak ada juga tidak apa2.= Terus saya banget, kenyataannya, industri, alokasi anggaran untuk radio menurun, pada tahun sekitar dari anggaran Nasional = advertising expenditure) sekarang hanya 1.4 saja dari total anggaran periklanan Nasional. Kalau trend ini saja, pada tahun depan tidak lagi perusahaan yang "berniat" beriklan melalui media radio.

Apa yang Sesungguhnya Terjadi ? Di seluruh dunia usaha kita, para pengiklan dan juga orang-orang advertising agency termasuk di kalangan radio sendiri, sekarang sedang terjadi pergeseran generasi. Dunia usaha sekarang sedang memiliki para pimpinan dari generasi yang dibesarkan secara audio-visual. Generasi yang dibesarkan oleh Nintendo, Gameboy tontonan Jadi benar-benar mengenal yang media saja, Radio. mereka, aneh tidak menarik ada audio tapi tanpa visual.

Mereka tidak tahu dan tidak paham akan adanya kemampuan audio yang bisa membangkitkan imajinasi dan bisa lebih kuat dalam menyentuh emosi. Satu-satunya

mereka bahwa bisa secara hanyalah lagu. Itu sebabnya, mp3, ipod dan sejenisnya bisa laku, masih bisa berkembang dengan mutu sound/ kualitas suara yang semakin mantap.

Ini yang juga dilakukan di radio oleh para pimpinannya dari Musik saja, dan memang terbukti rating pendengarnya meningkat. Seperti sudah saya buka diawal tulisan, radio dengan siaran musik saja pernah saya l tahun dan Kalau orang saya menjadi radio, alasan ia juga format menjadi music-radio" formatnya, bisa jadi karena ia ingin mengulang kembali kesuksesan siaran radio musik saja di tahun 1988, di tahun 2010.

Tetapi kita perhatian sebentar radio-radio yang berjaya, dalam pendengar harga yang tetapi ngantri, seperti: Elshinta di Jakarta dan Suara Surabaya di Surabaya. Kedua ini ngomong (berita/informasi) ada Berita loh, informasi penting cafe/ wine / clubbing/golf perilaku lainnya. Apa Artinya? Artinya, benar bahwa atau diinginkan itu musi Kenyataannya mereka suka juga kok, berita beneran! Jadi, menurut saya, kitalah orang radio yang belum berhasil memberikan apa yang dibutuhkan oleh melalui kita. sebabnya memenuhi masyarakat lambat laun, pindah ke media lain, seperti ipod dan internet.

Kita, orang radio, tidak mempunyai formula yang pas dalam siaran, agar orang tetap "manteng" pada gelombang stasiun radio kita. (arm) 149 Music director S sebenarnya bisnis, radio tentulah strategi mencapai tujuan baik mencapai jangka maupun ka Radio komersiel tanpa pendengar, barang tu akan menarik buat menjadi media promosi bagi si pemasang iklan.

Dalam untuk kelompok tertentu menjadi khalayaknya target audience), stasiun biasa cara melakukan format dalam Ada jenis yang diciptakan dipakai. secara besar segi station format dibagi yaitu format mengandalkan / Misalnya, dilakukan radio Surabaya Surabaya dan radio Elshinta - Jakarta. Sel radio - dan KLCBS Bandung. lainnya, merupakan pengembangan, atau dari format Jabatan Director tentu sangat bagi yang format-nya musik.

Radio yang Mengandalkan Musik Apakah merupakan yang bagi stasiun untuk pendengar? Tentu saja apabila radio tersebut mengambil Musik sebagai programming format siaran stasiunnya. hasil di dan Amerika berbeda Musik faktor di kedua menyebabkan memindahkan dari stasiun radio stasiun lain. pertama faktor suara dan Dengan demikian, kalau dilihat dari aspek isi siaran, maka musik berada di urutan pertama.

Jadi artinya, kalau sebuah stasiun yang berformat musik (atau memiliki porsi musik yang besar dalam siarannya) ingin mengudarakan sederetan lagu-lagu, maka jelas lagu-lagu

ini tidak bisa secara serampangan karena pendengarnya kabur Seorang yang ruang dengan sederetan yang untuk kapanpun dia mau, akan memiliki kemungkinan membuat sejumlah besar pendengar memindahkan gelombang frekuensinya radio Pada fungsi Music adalah meminimalkan risiko yang bisa fatal ini.

Pendengar & Lagu / Musik Selera dalam sebuah bersifat pribadi/ Sebuah A yang dinyanyikan oleh penyanyi B mungkin tidak saya sukai. Tetapi ketika lagu A dinyanyikan oleh penyanyi malah sangat Begitu variasi untuk mengetahui dan menetapkan apakah sebuah lagu bakal disenangi oleh umumnya orang atau tidak.

Itu sebabnya untuk bisa sedikit memperoleh kepastian dalam memilih sederetan lagu yang akan dapat dijadikan play-list lagu akan dalam pengudaraan) sebuah Music Director (MD) 150 banyak Music Director yang melakukan semacam sampling-survey. Sekelompok orang yang diambil sebagai "sample" adalah orang-orang yang dianggap mewakili kelompok sasaran pendengar (target audience) ingin oleh tersebut.

kelompok ini sejumlah lalu diminta menuliskan menyukai tidak lagu tersebut. pilihan maka kemudian dalam Play- list. Pada dasarnya seorang Music Director harus: (1) Mengenal selera target-audiencenya lagu/musik. khas yang maka yg semakin (mengerucut). kalau yang diudarkan adalah musik dari satu genre (jenis) saja, misal: Dangdut saja, atau Jazz maka pendengar terbentuk terbatas tetapi memiliki karakter yang sangat unik (khas). (2) betul dari dalam radio.

Misalnya: target rata-rata di selama jam maka tentu me-rotasi yang diseleksi sedemikian jatuhnya, sehingga yang tidak se-olah-olah itu-itu Atau ada yang cukup diudarkan bagi lagu malah kesannya sama sekali tak pernah diudarkan. Jadi prinsip, yang seleksi / (playlist), ia yang rotasiTapi di radio-station, MD mempunyai untuk "susunan urutan" yang diudarkan.

Misal, 3 lagu A, & dimana menurut adalah yang sangat / Maka urutan lagu (sewaktu ,dari B, menjadi A, lalu lagi C, A, ditemukan rangkaian lagu ke lagu juga berpengaruh terhadap tingkat suka atau tidak sukanya. Secara pada stasiun dengan format: dalam usaha mencegah pendengar pindah in radio bukan pilihan seleksi lagu-lagu yang faktor tetapi bagaimana susunan dari tersebut menjadi penting. pada stasiun lain, seperti bukan masalah dengan fleksibilitas. Harmonis dengan Materi Non-musik Musik satu-satunya siaran diudarkan.

materi non-musik seperti: & suara penyiar, sound station / dsb. karena kerjasama erat program dengan director dibutuhkan. Ingatlah, walaupun pendengar menyukai siaran musik stasiun radio anda, tetapi apabila cara penyiar bicara, pembicaraannya, yang dan

non lainnya harmonis tidak selaras dengan pilihan dan rangkaian musiknya, maka tetap saja pendengar akan lari / pindah ke gelombang stasiun radio lain.

Saya tidak membayangkan, kesalnya apabila enak-enaknya mendengarkan lagu yang gemari sebuah radio, pada waktunya penyiar terdengar dengan suara gaya yang seperti (Opera Java)....Ngga banget, Maka saya mendengarkan siaran musik di radio itupun bisa jadi sangat terganggu. (arm) Siaran Musik di Radio Karena kebetulan mobil saya lagi rusak, maka pada suatu pagi saya ikut mobil anak saya untuk berangkat kerja.

Di mobilnya ia memasang lagu-lagu dari MP3 player. Lalu saya tanya dia, kenapa ngga menyalakan radio? Dia jawab bahwa radio sekarang kebanyakan ngomong. Namun untuk sekedar men- 151 test pernyataan itu, kita coba juga memasang radio. Ternyata benar... selama 10 menit kita men-scan bolak-balik (merubah-rubah frekuensi FM dari mulai 88 MHz – 108 MHz) dimana otomatis berhenti pada setiap frekuensi radio, hanya tiga stasiun saja yang kebetulan tertangkap sedang mengudarakan musik saat Sedangkan tertangkap ngomong kaltidak sedang menyiarkan iklan.

Anakku bilang, “tuuh khaan bener Pa...” Lalu kembali radio mobil kita matikan, dan kita menikmati yang di-download seleksi melalui player. Mendengar Musik di Radio? Terlepas masih orang ingin musik siaran atau senang mendengarkan siaran berita dan informasi dari radio, tetapi apa yang telah di anakku memang Begitu stasiun di tapi terdengar adalah suara orang ngomong daripada suara musik.

Padahal salah satu suksesnya GEN-FM di Jakarta pada tahun lalu justru siaran yang melalui dan diudarakan dalam rotasi tertentu dengan selingan sedikit sekali suara penyiar. Artinya, dari sisi persaingan sesama radio, dalam situasi sekarang ini, adalah mudah sekali untuk membuat (differentiation) sebuah radio. dengan memainkan dominasi musik dalam siarannya, sudah akan kelihatan berbeda dari stasiun lainnya.

Karena semua stasiun sekarang ramai siaran Kalau informasi, talk-show, game bercandaan / joke atau obrolan / talk-show yang disponsori. Tapi juga berpendapat, kalau musik orang lebih memilih musik CD MP3-nya (seperti dilakukan anak juga). Memang betul, ini pun bisa terjadi. Sejak jaman tersedianya player kaset (cassette tape player) di sampe CD MP3, ini selalu Masalah-nya, dulu di bisa survived mobil rekaman pilihan di Padahal jaman dulu itu siaran radio pun belum FM (Frequency Modulation), melainkan masih pada frekuensi AM (Amplitude Modulation), sehingga kualitas kejernihan bunyinya masih kalah jauh dengan suara musik rekaman di kaset.

Artinya, jaman mau-maunya mendengarkan melalui sementara kualitas musiknya sama dari Dengan lain, keinginan mendengarkan musik radio, jadul sekarang besar. Jadi,

kalaulah benar gejala yang terjadi sekarang, orang lebih suka mendengar musik melalui MP3 CD berada mobilnya, karena tidak mendengarkan melalui radio, jangan-jangan kalau radio mau musik, sekali kenikmatannya terganggu, baik oleh omongan, iklan ataupun sound-effect dan station ID.

Jadi sepertinya, pertimbangan bahwa kalau radio jaman sekarang memilih format musik maka siarannya bakalan orang, anggapan orang membutuhkan informasi sebuah radio musik lagu-lagu, pendapat kemungkinan besar, tepat. saya, musik lagu radio digemari akan digemari. pada sesuai medianya, siaran itu mampu mendampingi mendukung dari ke dan malahan kegiatan si pendengar. Salah satu caranya adalah melalui siaran musik dan lagu.

Tetapi saja, sekedar musik melainkan atau juga benar, juga rangkaiannya menentukan bagaimana itu oleh (dan music director) sangat Suara Penyar / Ngomong / Obrolan Ketika ada stasiun radio baru, biasanya siarannya hanya lagu-lagu saja tanpa terputus dari pagi sampai Lucunya, masa percobaan ini, hanya lagu 152 tanpa apapun, pendengarnya Tetapi sudah siaran dimana suara ada ID, siaran ada dsb., radio mulai oleh Jadi, ada ngga nih...

ketika ada penyar, berita sebagainya, bukan siaran saja, radio akan digemari, Ternyata terjadi sebaliknya. yang terjadi? Apakah i selingan-kah mengganggu pendengar de ngarkan musik? Apakah warna suara penyar-kah yang mengganggu? Apakah content yang dibawa oleh penyar-kah mengganggu? gaya cara dan berbicara penyarkah yang mengganggu? Sebenarnya yang disebutkan bisa menyebabkan kenikmatan pendengar mendengarkan siaran musik.

Tentu saya tidak akan membahas satu persatu, karena terlalu Hanya yang perlu dalam sebuah yang siaran (music radio), paling disukai pendengar penyar wawasannya musik sempit. jangan pendengar lebih tahu tentang segala sesuatunya terkait dengan musik / lagu tersebut dibandingkan si penyar. Hal mencapai dalam Arbitron Amerika tahun Walaupun ini bukanlah hasil survey di dalam negeri, dan sudah lima tahun yang lalu, tapi saya cukup yakin angka yang kira-kira sama akan diperoleh kalau survey ini dilakukan di Indonesia sekarang.

Belakangan di sudah jarang penyar nama dan nama pembawanya, bercerita pengarang atau bagaimana lagu dibuat. sekarang hanya lagu, ketika tersebut selesai, baru terdengar "Lowdown Incognito Chaka & Biondi" ...lalu terdengarlah suara si Penyar yang tidak menyebut apapun tentang lagu tersebut dan malah bicara ini: steners, saham Eropa anjlok belum tercapainya kesepakatan antara Yunani dengan negara-negara zona euro lainnya". Ya ampuuuun.... tentu saja bagi para pendengar yang justru karena

menyukai lagu itu makanya tune-in, merasa sekali.

terkesan penyiar "tidak atau "kurang wawasan-nya akan lagu tersebut". Pendengar ingin musik radio memasang MP4 CD mobilnya, sebenarnya mengharapkan keunggulan yaitu, **Penyiar akan kasih info terkait musik / lagu yang disukainya itu.** (arm) 153 Radio Siaran Hanya Musik Saja I ni cerita dari masa kira-kira 8 tahun yang lalu.

Waktu itu teman saya ("J") yang mantan Direktur Pemasaran Perusahaan datang adik seorang masih berusia 30 (sebut namanya yang baru menjadi General Manager stasiun FM yang segera Si ini kelihatannya mempunyai gagasan "cemerlang" yaitu radio yang memancarkan siaran "musik saja". Rupanya saya J begitu dengan seperti tu. ia adik iparnya saya, dalam si bahwa ini yang banyak pengalaman pengetahuan bidang Untuk saja, dan berteman sejak tahun lalu sama-sama karir salesman, sebagai account executive advertising agency sedangkan sebagai dari billboard. Siaran Musik Saja Kembali si yang memakai "juke box" radionya.

mengapa ia strategi programming mengudarakan saja? menurut survey, kalau pertanyaan sekelompok "Kenapa memasang maka jawaban mayoritas adalah, "Karena ingin mendengar MUSIK". Oleh karena itulah radio saya (kata si M) hanya akan memainkan musik saja. Sebenarnya apa yang dikatakan si M sesuai hasil survey adalah sangat benar. Bahkan **survey yang dilakukan oleh** sebuah radio pada tahun 2007, juga mengatakan demikian.

Pertanyaannya sekarang, "Kalaupun begitu menjalankan agar yaitu; pasang k saja, mengapa banyak melakukan ini?" tahun strategi programming seperti pernah lakukan radio FM sebagai awal, ternyata sukses. tahun-tahun ini radio strategi sama siaran hanya saja baru memasuki (stasiun baru). cukup dan menarik Karena berbeda hiruk-pikuknya radio reformasi, penuh berita-berita, talk-show, dan panel.

begitu ingatkan lagi strategi hanya sebagai awal Nasihat Kepada si M Perlu bahwa siM muda, ia pernah saya sebelumnya. dipikinya, orang kuno dianggapnya kreatif Ia merasa idenya "Juke-Box" merupakan terobosan Padahal RRI di tahun pun mempunyai khusus bagi program "musik sepanjang hari" (Ciaan deh lu..M). Teman saya si J sebenarnya bermaksud baik kepadanya.

Karena ia ingin agar M tidak melakukan "kesalahan" strategi programming karirnya agar jatuh mata owner (pemilik radio). Maka saya pun memberi nasihat kepada M sebagai berikut: Bisa melakukan hanya saja, tidak selamanya Karena dasarnya orang mendengar radio bukan hanya karena ingin mendengar musik.

Bukankah kalau cuma sekedar ingin mendengar musik, zaman sekarang ini, iPod dan MP3 bisa memberikan kepuasan lebih dari jumlah dari seleksi serta sound-nya. pendengar dalam survey mereka radio mendengar tak diartikan musik an zich. sekali yang sebab ucapan sebuah 154 seringkali sesuai apa dimaksudkan. sebenarnya, itu radio untuk musik/lagu, mereka companionship yang menemaninya selagi ia beraktivitas). Bagi musik/lagu siaran adalah satu yang si pendengar.

saja enak, ketika ngomong terasa alias tidak enak, garing, norak dsb. Tetapi apabila si penyiar juga mampu menjadi teman si pendengar, obrolannya dan untuk suaranya tak telinga, maka sudah pasti si pendengar tak akan memindahkan salurannya walaupun lagunya sudah selesai dan dengan penyiar bicara.

Penyiar” pendengar lebih mempunyai kemampuan “menemani” sebuah Namun terjadi kebanyakan adalah ketika mendengar lagu memang nikmat dan kenikmatan ini menjadi terganggu justru penyiarnya Itu ketika survey, menjawab senang mendengar lagu saja. Maka saya si agar siaran dengan saja melainkan sebagai tarik Yang adalah pelatihan penyiar-penyiarnya memiliki sesuai pendengar.

nanti, musiknya membuat ingin dan hebat orang “manteng” di frekuensi tersebut. Sayang menurut saya si tidak mendengarkan bersikeras radionya dalam siaran musik (juke-box format). dipakai untuk membacakan daftar lagu. Akhir Kisah si M FM itupun Pada pertama selama banyak yang membicarakan radio FM yang siarannya musik melulu, tidak ada ngomongnya.

Setelah itu saya tak pernah lagi mendengar kabar. Tetapi tahun saya lagi J, saya apa M apakah jadi di FM Teman J bahwa M oleh pemilik, radio itupun lama Jadi ini, kebetulan dan melihat frekuensi dalam logo berwarna merah muda dan ungu terpampang di sebuah gedung, saya tahu radio ini sudah berganti pemilik, salah satu penyebabnya... akibat “kreatifitas” si M.

(arm) 155 Susunan Lagu di Radio S aya teringat di tahun-tahun pertengahan tahun 1970-an – awal tahun 1980-an, ketika itu belum jamannya melainkan cassette-tape Ketika belum UU Cipta. Jadi rekaman membeli (atau album hitam di kemudian ke pita terus diperjualbelikan secara Jadi jaman misalnya, Rolling Stones album di 1978, berjudul Some Girls”, kita membeli album dalam kasetnya sini dengan yang murah. semua bisa mengeluarkan album yang sama.

Ketika itu ada beberapa perusahaan rekaman yang menerbitkan kaset-kaset a.l.: Perina Records; King Records; Aquarius dsb., semuanya mengedarkan album (bajakan) “Some Girls” dari Rolling Stones. Perusahaan ini, mengedarkan atau campuran berbagai singles,

satu album rekaman sendiri, "Hot Trax".

heran di toko toko kaset, beredar lagu-lagu yang sama, dari perusahaan rekaman yang berbeda-beda. Ada yang Lebih Disukai Walaupun pasaran perusahaan yang rekaman lagu sama, anehnya, ada perusahaan yang lebih Saya misalnya, memilih rekaman diterbitkan "Aquarius". lagu-lagunya saja hasil perusahaan lain. demikian? Buat mutu kaset diterbitkan Aquarius mengena selera saya.

equalizer-nya sehingga frekuensi high-range tidak (sempit), frekuensi (middle) menyakitkan dan frekuensi rendah bass) tidak Selain cara urutan lagu satu ke lain sangat sesuai perasaan, tidak Jadi, buat saya, Aquarius adalah perusahaan rekaman favorit saya. Walaupun misalnya King's records, juga album dengan yang tetapi lagunya enak".

Jadi bukan lagunya yang tidak enak! Belakangan saya dengan iknya, saya di man bahwa ternyata perusahaan Aquarius satu itu melakukannya equalizer memilih menyusun dan menjadistandar Orang "feeling dan kuping"-nya kuat banget. 1 + 1 + 1 Belum Tentu 3 Saya memang membuat kompilasi untuk sendiri. Katakanlah suka lagu lalu juga dengan B; suka lagu Ketika mendengarkan itu urutan – – memang untuk Tetapi ketika saya rubah urutannya menjadi C – A – B, kok kurang enak? Sedangkan ketika urutannya saya rubah menjadi – – ternyata yang enak. dengan inilah paling pas buat saya. Teman-teman pernah pada dibikin copy untuk mereka.

Padahal dilihat lagunya sebenarnya sendiri memiliki (kalau sekarang atau di mereka). yang sukai, susunan yang saya buat, enak diikuti. 156 Warna Sebenarnya telinga mendengar lagu, pada (sense feeling)", seperti mata melihat Seandainya mendengarkan sebuah klasik Johann Bach berjudul (udara)", kita sama seperti kalau kita memandangi langit yang "biru bersih" di pagi hari.

Lagu/musik telinga ibarat bagi Kombinasi warna- warna tersusun, berdampak suasana orang melihatnya. perhatikan warna-warna ini. kita warna urutan kuning-langsut dahulu, kemudian kita warna perasaan muncul "panas meningkat" Sebaliknya apabila letakkan susunannya, merah dahulu baru warna kuning langsung, maka perasaan yang muncul adalah "panasnya sedang berkurang" (gb.2). Juga anda warna dengan abu-abu bersebelahan, kombinasinya "warna mata ti terlalu menikmatinya.

perasaan menjadi sreg Jadi, tidak sembarangan meletakkan menyusun sebab mempunyai pengaruh kepada perasaan bahkan "mood (suasana hati)". Lagu – Lagu = Warna – Warna Demikian dengan lagu-lagu. dari pertama lagu dalam kompilasi buatan pada tahun lalu, rangkaian warna "kena" menyenangkan saya, berakibat hati menjadi enak.

Maka tak bosan-bosannya saya mendengarkan rekaman lagu-lagu di kaset tersebut. Kalau bekerja sebuah radio, Anda siaran memasang rangkaian janganlah rangkaian tersebut saja. mirip susunan susunan dapat "mood" yang berpengaruh pada minat pendengar untuk tetap mendengar alias "stay-tune" di stasiun radio kita Belum 2 lagu bagus, diudarakan akan mood yang mengena di pendengar. Bahkan bisa-bisa itu justru menghasilkan warna mati, alias mematikan " mood" pendengar.-

(arm) 157 Musik Nonstop Radio-Baru Belakangan saya menyetel mobil pada dimana sebuah stasiun radio baru yang terus menerus hanya memasang lagu-lagu saja. Barangkali sudah satu bulan ini, aku mobil mendengarkan jadul R&B tak paling- paling hanya sesekali diselingi jingle / station ID yang menyebut nama stasiun serta tag-line -nya. Tetapi ini mulai sesekali penyiarinya Alamaaak...

warna suara penyiarinya terkesan seperti suara anak remaja, tapi diupayakan berbicara sedemikian rupa terdengar level dengan dewasa menjadi pendengar tersebut. Aduh Terus begitu penyiarinya tak dengan musiknya, langsung deh saya switch ke frekuensi radio lain yang juga sudah saya preset di radio mobil. Mendingan Musik Aja Deh! Rupanya sudah menjadi semacam cara standar, bahwa kalau stasiun radio baru muncul, maka sepanjang hanya lagu-lagu Lucunya mereka memainkan lagu banyak yang pada tersebut.

ketika mulai betulan, ada lalu penyiar/pembawa lalu informasi iklan, mulai itulah pendengar tadinya manteng pada diri, pindah ke radio lain. Ini yang saya heran. Seharusnya 'kan ketika radio tersebut memainkan rangkaian seleksi musik, pendengar sudah suka. Lalu ketika sudah ada penyiar dan acara-acara seharusnya 'kan tambah suka lagi. Tetapi ternyata tidak.

Teman saya, jadi di satu berjaringan, mengintrodusir website sebuah di York menurutnya seleksi asik-asik, buat orang se-usia saya. Dan memang benar, itu deretan lagu-lagu-nya jadul banget, dan saya suka. Lalu tunggu NY sampai bicara, mantaap, Sangat nyaman telinga dia tentang yang saja Isi pun tidak dan informatif.

itu wawancara "single mother" kira 6 Maksud wawancara sangat bahwa single mother asalkan mengatur secara tetap sukses ibu sebagai career- woman. pun dengan yang sopan, tidak haha-hihi pembicaraan narasumber tidak oleh penyiar mewawancarainya. penyiar (wanita) dewasa, menyenangkan sabar penjelasan hingga sebelum ia pertanyaan smart untuk informasi lebih jauh.

Sehingga keseluruhan, tersebut diikuti, ketika penyiar lagu, maupun kalau si penyiar

ngomong mem-present lagu dan menyampaikan info ataupun ketika sedang mewawancarai narasumber. Menurut memang itulah menjadi dunia broadcasting kita. acara & kita isi menarik, dikemas dibawakan salah. Mungkin karena ketidaktahuan bahwa semua itu ada "ilmu"-nya. Bisa juga dia sudah tahu ilmunya, tetapi level si belum dengan pendengarnya.

ada antara penyiar dengan pendengar. Nah, kalau sudah begini, lebih baik pasang musik aja deh. 158 Seleksi Musik dan Identitas Stasiun Kalau browsing di umumnya menamakan atau motto radionya, dengan musik yang pilihkan menyasar segmen audience tertentu Misalnya, Adult Maksudnya, ihan yang adalah jenis pop yang oleh dewasa.

Maka pendengar tersebut orang-orang Ada radio Soft Rock The Maksudnya seleksi yang diudarkan dari rock tetapi lembut. Otomatis **kelompok pendengar yang terbentuk** pastilah orang-orang yang menyukai jenis musik tersebut. Pendengar ini yang kemudian dikelompokkan berdasarkan kesamaan, apakah dalam usia maupun gaya hidupnya ataupun ciri-ciri lainnya.

Oleh itu mereka atau digembar-gemborkan jenis seleksi stasiun tersebut. tentu orang-orang menyukai jenis tertentu (tapi aware akan radio memainkan musik tersebut), mencoba dan tune-in pada radio Makanya itu identitas melalui format seperti dua radio WACX Contemporary KSSR Rock. di sih. Identitas Stasiun di Indonesia Sebuah biasanya dengan ingin kelompok tertentu.

itu seleksi (menjadi yang akan hati sesuai selera segmen yang sasaran Sampai sini sama di Tetapi Indonesia karena digembar- gemborkan jenis melainkan masyarakat menjadi (target audience). Itu yang ditonjolkan. Misal, Radio Trijaya: "Radio para Profesional" ; Radio Prambors: "Tempat Anak Muda Mangkal" dsb. Gembar-gembor ini tentu dimaksudkan agar orang-orang yang merasa dirinya profesional, tapi belum Trijaya, tertarik mencoba siaran Atau agar muda belum siaran akhirnya dan untuk tune-in (mangkal) di frekuensi Prambors.

Identitas radio di Indonesia penonjolannya justru dikaitkan dengan sasaran pendengarnya, bukan dengan format musik yang disajikannya. Artinya, penyiar harus memposisikan sesuai "claim" dari tersebut. radio meng-claim sebagai profesional, kalau penyiarnya paham salah wawasannya, seorang tidak seperti maka profesional akan sebelah Atau radio meng-claim diri sebagai radionya Ibu Rumah Tangga tetapi penyiarnya memiliki warna suara seperti remaja teens) justru tersebut populer ibu tangga, malah ditinggalkan oleh rumah maupun para Jadi tidak ringanlah penyiar "claim" terlalu Namun yang di Indonesia.

Tentu bisa mana benar mana salah, cara di Amerika-kah seperti kebanyakan di Yang dan harus dijaga bagaimana claim Anda, begitu yang tercermin siaran (termasuk warna gaya penyiar, Jangan apa digembar- gemborkan claim, tercermin udara. lagu target audience memang lebih mudah ketimbang penyiar. Kalau belum ketemu, lebih baik nggak usah pakai penyiar, musik aja terus 24 jam justru lebih comfortable buat pendengar.

(08 Februari 2010) 159 Kecepatan Bicara Bagi Penyiar Kesadaran berbicara sebuah radio TV teknik kelihatannya cukup Berbicara sebagai yang orang Bukankah sejak kecil kita sudah diajar berbicara?! Jadi, tidak perlu ada yang harus dipelajari lagi Sesungguhnya tersebut tepat, media / adalah komunikasi satu Berbeda kita melalui atau langsung lawan bicara kita.

kita cara langsung, ada kita yang jelas tak atau sebagai pengertian, cepat komunikasi meminta diulang memohon Hal tak dilakukan apabila komunikator melalui seperti / Oleh itulah, penyiar menyadari, ketika mengudara ia maka kalimat yang melalui microphone , dengan jalan "mudah dan dipahami". satu teknis menjadi adalah Proses Mendengar Seperti berbicara, yang bahwa adalah yang saja.

Perlu diketahui bahwa "mendengarkan seseorang berbicara" bukanlah sebuah proses yang mudah. Pertama sekali, telinga kita menangkap adanya bunyi-bunyi dari huruf-huruf yang diucapkan. Kedua, setiap bunyi-bunyi tadi, oleh otak dirangkai sehingga menjadi satu kata dan kemudian satu kalimat.

Ketiga, kata & kalimat tadi harus diproses dan diterjemahkan lagi oleh otak menjadi suatu makna. Itu seorang haruslah kecepatan-bicara-nya memberi kesempatan bagi otak si pendengar untuk mengolah bunyi-bunyian yang dikeluarkan oleh mulutnya penyiar, menjadi makna **yang dipahami oleh si pendengar.**

Apabila penyiar berbicara terlalu cepat, maka suara atau bunyi-bunyi dari mulutnya tetap bisa terdengar, makna bunyi rangkaian yang tidak dimengerti oleh pendengar. Ketambahan ketika penyiar masih lagi yang biasanya seperti: ruangan si ar atau microphone yang tepat, kualitas sound-system peralatan tersedia. semua gangguan dihadapi, suara penyiar sampai pendengar rumah. Kecepatan Bicara Ada tertentu sudah kecil mempunyai bicara yang sangat tinggi.

Tapi **ada juga orang yang** kecepataannya sangat rendah. Kalau Anda bicara dengan kecepatan terlalu sebenarnya secara telah si la jelas dapat pembicaraan tidak apa dan lalu malas mengikuti selanjutnya. terjejal yang banyak. Itu dikarenakan si otaknya pendengar tidak punya waktu untuk memproses bunyi-bunyian yang terdengar oleh

telinga.

Penyiar 160 Sebaliknya, Anda dengan yang rendah, otak mempunyai banyak untuk bunyi-bunyian Si bekerja lebih cepat, ia "menagih" memproses yang yang tidak datang-datang karena Anda berbicara terlalu lambat. Akibatnya si otak menjadi lelah menagih, kemudian buntu malas memproses yang berikutnya. otak menjadi dan untuk ke lain. si menjadi langan minat pada apa yang disampaikan oleh si penyiar. Sebagai catatan saja, kecepatan bicara seseorang banyak juga ditentukan oleh keadaan mentalnya.

Apabila seseorang sedang gugup atau stress biasanya kecepatan bicaranya menjadi naik. Sedangkan ketika hatinya tenang, kecepatan bicaranya pun lebih lambat. Penyiar atau reporter yang masih baru kelihatan sekali kecepatan-bicaranya sangat tinggi. Itu dikarenakan ia dalam keadaan gugup / tegang. Kecepatan Bicara Ideal Kecepatan-bicara ideal penyiar bahasa adalah – kata menit.

Tetapi ini tidak bisa dijadikan rumus umum yang cocok bagi bahasa lain di luar bahasa Inggris. Menurut kecepatan-bicara dalam Indonesia, lebih mengingat "panjang dalam Indonesia lebih dalam Inggris. "Saya hendak makan", 1 kalimat dengan 3 kata ini terdiri dari 6 suku-kata.

Sedangkan dalam bahasa Inggris: "I want to eat", 1 kalimat dengan 4 kata ini terdiri dari 4 suku-kata. Sayangnya saya belum pernah mengetahui ada peneliti atau ahli komunikasi bahasa Indonesia yang rumus: sih bicara ideal seorang agar pendengar tidak kehilangan minat untuk mendengarkan siarannya?" Berdasarkan pengalaman saya dalam penyiar-penyiar, bicara ideal seorang dalam Indonesia sekitar – kata menit.

sudah dengan di kata dan kalimat, termasuk koma dan titik. Banyak atau yang kalau ada / ketika berbicara. Sehingga mereka cenderung untuk "ngisi" terus, alias merepet atau mengisi jeda dengan suara "eeee.." Mereka takut, kalau ada jeda terkesan seolah-olah kehilangan pembicaraan.

Padahal mereka bahwa pendengar memiliki (waktu yang diganggu oleh apapun), agar bisa memproses yang telah sebelumnya. memang manusia di-designed untuk multi-tasking (memproses banyak dalam waktu yang bersamaan), terlebih lagi otak pria. Otak wanita sedi mampu multi-tasking. pendengar lebih penyiar kecepatan bicara tepat pendengar Maka kebetulan penyiar adalah seorang cantik bicara kecepatan (merepet), pendengarnya kebanyakan pria, si merasa terganggu dengan walaupun masih ingin wajah penyiar ini. yang kali lebih volume suara TV-nya aja deh yang dimatiin...

(5 November 2012) 161 Bedanya Bicara Dengan Ngomong S ewaktu saja musibah pesawat penumpang di daerah Salak, (Jawa seorang di tempat saya bekerja "Pasti reporter akan rumah para dan meng-interview pertanyaan 'Bagaimana Ibu berita bahwa ibu dalam pesawat Eeehh... dugaan pegawai tersebut sekali. siaran malam ternyata si mewawancarai satu korban dan seperti Bahkan lebih lagi, seperti dilontarkan salah wakil korban, "Apa selanjutnya Anda akukan?" deh, reaksi muncul twitter, yang bahwa reporter berperasaan, "stupid" sebagainya.

Kelemahan Umum Minggu juga terjadi di dimana Ketua Marzuki Ali, telah nama Indonesia Universitas Mada. katanya, bilang universitas-universitas jugalah telah koruptor, mengingat para koruptor banyak yang lulusan dari universitas tersebut. Menurut saya, ini merupakan kelemahan umum dari orang-orang kita. Mereka berpikir bahwa berbicara (apalagi di media massa) itu mudah. Padahal, berbicara itu susah.

Ngomong itu gampang. Memang benar bahwa kita semua sejak tiga sudah ngomong, berbicara, arti dengan baik, mudah. dari selaku tidak mengekspresikan perasaan tidak mentransformasikan ke bentuk dan kata. tentu si bisa memahami yang oleh Komunikator. kesalahan terjadi, merta kemudian si dalam hal ini para wartawan telah "memelintir" ucapan mereka.

Menurut teorinya, apabila terjadi kesalahan dalam komunikasi, maka bahagian terbesar beban pertanggung-jawaban kesalahan tersebut, atau hampir 60% ada pada si Komunikator. Maka sungguh tidak bijaksana apabila melemparkan kesalahan pada si Komunikator, apabila terjadi mis-komunikasi. Makanya, kalau mau bicara, baik berupa statement maupun berupa pertanyaan, seyogyanya harus dipikirkan dahulu Dipikirkan kata-kata kalimat; pula dan dari Dipikirkan tekanan-tekanan Dipikirkan pula Dipikirkan kapan yang untuk kalimat dsb. dsb.

ini sangatlah untuk jalan ke alam si dan juga akan unsur saling untuk pengertian yang dimaksud oleh si Komunikator. Hal paling dan menjadi awal si sebelum ia atau adalah, si sendiri harus kejelasan la harus bertanya dulu kepada dirinya sendiri, a.l. "Apa maksud saya berbicara ini? Apa tujuan saya membuat statement ini? Dampak apa yang ingin saya timbulkan ketika saya nanti selesai berbicara atau setelah saya selesai bertanya?" dsb. dsb.

Spontan yang Berdaya Tarik Dari saya, menonton wawancara siaran di atau bagaimana penyiar bersiaran, yang sebutkan atas 162 sangatlah atau sama tidak Mereka berpikir dahulu sebelum Kalau mau ya aja. mau ya aja... mau ya aja. tidak berpikir sebelum Kalau tanyakan mereka, adalah, spontan dong. Biar wawancaranya hidup, gak usah diatur-aturl" (Sebenarnya ini hanya alasan atas kemalasan atau ketidaktahuan mereka

untuk berpikir terlebih dahulu sebelum bicara).

Pendapat mengatakan "spontanitas" dapat sebuah tarik, tidaklah Tapi yang oleh yang memiliki keahlian yang akan berbeda tariknya spontanitas dilakukan orang tak dasar-dasar kuat. Eric seorang dan blues ternama improvisasi secara dipentas show-nya, akan daya tarik tersendiri bagi khalayak penonton. Tetapi kalau saya, yang tidak bisa bermain gitar, melakukan improvisasi secara di pentas, yang terjadi dan jepit melayang ke kepala saya, diiringi paduan suara, "Huuuu... turuuun... turuuun!!!" Makanya heran saya siaran kecelakaan J100, menyaksikan para dan bertanya mewawancarai dengan spontan, kepingin nimpukin jepit.

pikiran masih nanti televisi sendiri rusak... Tujuan Bicara Kalau saja saya punya kesempatan bertemu dengan Marzuki Ali, ingin sekali saya mengetahui, "Sebenarnya tadinya bilang sih? apa bapak begitu?" bener kepingin Barangkali saja pak itu, melontarkan gagasan salah faktor dapat tingkat di adalah dengan mata tertentu pendidikan untuk S1.

memang maksudnya, bukankah beliau dibuat "Saya gagasan civitas academica memasukkan kuliah Korupsi, salah cara menekan korupsi Indonesia. bisa oleh terkemuka seperti Indonesia Universitas Mada". pemilihan dan kalimat ini, yakin mungkin salah atau dipelintir" oleh wartawan. Begitu kalau si televisi berpikir dan apa dia melontarkan kepada korban pesawat tersebut.

ingin simpati televisi, dia bertanya, "Kami ibu bersedih atas kejadian ini. Apa ada yang ingin ibu ungkapkan / sampaikan? Bagaimana caranya kami bisa meringankan ibu?". melontarkan menggunakan pemilihan dan kalimat ini, yakin bakal penonton yang memaki-maki, "Huh reporter gebleg.

Masa' pertanyaannya begitu? Dasar gak punya perasaan!" Jadi, menurut lho, ngomong mulut tanpa otak mikir. kalau mulut karena diatur otak telah sebelumnya...he.he.he. (arm) 163 AdLib Bukan Iklan Baca R adio-radio belakangan mulai kepada sebuah penyajian iklan berbeda iklan (pre-recorded), dikenal nama Tarif pemasangan/pengudaraan AdLib, ltinggi iklan pre- recorded Mengapa? iklan dianggap efektif iklan AdLib sering juga "Iklan dibacakan".

kita siaran lalu penyiar mengudarkan jenis memang kita bedanya ia berbicara dengan sedang teks yang AdLib Apabila si pemasang (advertiser) tentulah akan tak dan "Apa iklan dibacakan lebih daripada spot dilengkapi dan AdLib "AdLib" dari latin Libitum" arti per adalah one's atau "sesuai yang sukai". istilah dipakai oleh pimpinan dalam arahan para atau yang mewartakan dari dimana diperbolehkan sesuai gaya improvisasi asalkan

nti maksud-nya berubah.

Istilah kemudian artinya berbagai arti lain: secara "Berbicara teks"; narasi Drama" Jelas sekali Ad-Lib suatu berbicara teks improvisasinya tetapi memiliki inti ngelantur menyimpang maksud Keunggulan Iklan cara AdLib Dari uraian diatas dapat kita simpulkan bahwa kalau ada penyiar radio yang membacakan teks iklan tertentu lalu dikatakannya itu sebagai sebuah "Iklan AdLib", sudah pasti hal tersebut bukanlah "Iklan AdLib" tetapi memang tepat kalau disebut sebagai "Iklan Baca".

Iklan yang adalah yang secara seperti seorang teman yang merekomendasikan sesuatu kepada seorang kerabatnya. Tentu saja, berbicara kepada A ini sebuah X, akan persis apabila kita berbicara kepada si B tentang produk yang sama bukan? Nah begitulah kira-kira cara menyampaikan sebuah Iklan AdLib. Kalimat, cara, dan gaya penyampaian akan selalu berbeda walaupun hal & tujuan pembicaraannya sama.

Juga akan berbeda apabila penyiar yang menyampaikannya juga berbeda. Viola salah tokoh Amerika berkata "Katakanlah itu berulang-ulang sesuaikan apa hatimu detik mengatakan" kita dengan Spot Iklan pre-recorded setiap diudarakan akan terdengar di telinga publik sama persis.

Semakin sering diudarakan semakin cepat orang "mengenal" iklan tersebut, bukan hanya "pesan" tetapi juga segala ilustrasi dan atribut yang melekat dengan spot iklan tersebut. Dalam jangka waktu tertentu akan cepat pula muncul kebosanan dari pendengar. Kebosanan pendengar terhadap pesan sebuah iklan seringkali berdampak negatif pula pada sisi marketing dari produk yang diiklankan.

Hal ini tidak akan terjadi pada Iklan yang disampaikan secara AdLib. Selain itu, karena salah satu karakteristik media radio adalah "personal", maka sebuah pesan disampaikan penyiar bagi pendengar lebih percayai pesan yang disampaikan oleh suara khas pembaca iklan yang sudah dikenal sebagai pembaca iklan.

Critical Factor Iklan AdLibs Advertiser raja radio, apabila menghendaki AdLib maka penyiar mampu dengan agar tersebut kepada 164 audience lebih Masalahnya, melakukan tidaklah AdLibs memerlukan dan tertentu ketika pun hanya bisa penyiar-penyiar yang melakukannya "smooth" seperti iklan sangat Itu kebanyakan membuat utk AdLibs" agar menghindari kesalahan atau melencengnya tujuan pesan iklan oleh penyiar, yang akan membuat Advertiser Sebagai pemula" hal cukup selama "text" bukan seperti iklan blak-blakan (hardsell)", penyiar yang "membacakan AdLibs"-pun harus bukan dengan gaya membaca iklan.

(arm) 165 Beda Uraian Media Cetak dan Uraian Melalui Radio C obalah baca diri sendiri yang kutip media berikut "Perdana Menteri Rusia Vladimir Putin mendapat kado ulang tahun ke-56 yang cukup istimewa. Suatu hadiah yang mengejutkan. Pasalnya, ia sendiri tak menyangka akan memperoleh salah satu binatang langka, yaitu seekor anak harimau.

Hari Ulang tahun ke-56-nya tersebut, yang jatuh Selasa minggu lalu (7/10), dirayakan di rumahnya di pinggiran kota Moskwa. Anak harimau berusia dua bulan tersebut merupakan jenis langka, yaitu harimau Ussuri yang tinggal di wilayah Siberia." Tetapi sekarang tulisan di sambil rekam Anda kemudian coba Anda dengarkan kembali (playback). Pasti akan Anda rasakan adanya "kejanggalan".

Janggal terdengar di telinga. Mengapa demikian? Rahasia Penziar Nah, berapa penziar-penziar yang ke siaran membawa atau Lalu salah artikelnya dibacakan para pendengar sebagai salah satu materi siaran.

Untungnya karena kebanyakan penziar melakukan hal seperti maka tak membedakan yang enak Tetapi misalnya satu saja penziar merubah dulu artikel bacaan dari media cetak itu menjadi artikel dengan susunan yang dibacakan, penziar akan didengarkan oleh pendengar alias dia akan l Jadi Anda menulis telinga " untuk kemudian itulah Anda kepada maka pendengar lebih mendengar Anda. salah rahasia ada yang ia panjang bicaranya, tetap pendengar bosan.

ada yang sebentar bicara, merasa penziar kebanyakan Menulis Kata-Kata untuk Telinga Perhatikan lagi uraian kutipan dari media cetak tersebut diawal tulisan ini. Di situ ada beberapa kata tidak dipakai kita bercakap-cakap seseorang. kata "pasalnya". ini bagus media tetapi media harus kata lain yang lebih lazim untuk telinga. Contoh: "Pasalnya ia sendiri tak menyangka akan..." diganti dengan kalimat "Masalahnya ia sendiri tidak sangka akan"

Silahkan perhatikan, kata-kata yang lazim telinga lumrah saja mata kutipan media di Bisakah menemukannya? bagaimana dengan kata "memperoleh"? Coba ganti tersebut kata atau Sehingga lengkapnya "Masalahnya sendiri sangka dapat langka dan "Pasalnya sendiri menyangka memperoleh langka". Struktur Alur untuk Artikel Radio Selain yang berbeda, tulisan juga untuk radi maka alurnya harus sesuai radio.

diketahui, Anda sebuah di lalu kalimat penjelasan kurang Anda pahami Anda mengulanginya membaca alinea lagi. cara 166 penyusunan urutan alur dalam artikel untuk media cetak, dapat saja melompat ke depan dulu atau mundur ke belakang dahulu baru kemudian kembali ke pokok cerita. Tetapi hal seperti itu tak dapat

dilakukan apabila Anda menulis untuk siaran radio.

Pertama, pokok cerita (fokus topik) harus dijaga sejak kalimat pertama dan seterusnya diuraikan secara runtut tak melompat-lompat. Sebagai mari kembali memperhatikan berita dari cetak awal ini. artikel tersebut sekali topiknya hampir kuat tidak bagi cetak). berita menyampaikan Vladimir berulang-tahun fokus dan ulang-tahunnya binatang (ini II). fokus berselang-seling. kita lagi per Kalimat menampilkan I II.

kedua ketiga fokus Kalimat keempat menampilkan fokus I. Kalimat kelima menampilkan fokus II lagi. Pada artikel untuk media maka dan susunannya runtut melompat-lompat. bentuk alurnya menjadi seperti ini: "Perdana Menteri Rusia Vladimir Putin, pada hari Selasa 7 Oktober yang lalu, berulang tahun yang ke 56. Perayaannya dilakukan di rumah tempat tinggal Putin yang terletak di pinggiran kota Moskwa.

Pada hari itu ia mendapat "surprise", hadiah ulang tahun yang sangat istimewa. Kadonya, ...seekor anak harimau berusia 2 bulan. Anak harimau ini bukan harimau sembarangan, tapi dari jenis harimau Ussuri. Harimau yang hidupnya hanya di wilayah Siberia ini, termasuk jenis binatang langka." Coba Anda (sambil artikel cetak telah menjadi artikel untuk media radio ini. Kemudian Anda playback kembali.

Pasti sekarang akan terdengar lebih enak pemahaman lebih ditangkap Paham? mulai buanglah Anda dengan artikel media tanpa lebih dahulu. Ngga enak di telinga lho! (arm) 167 Mengembangkan Audience Melalui Siaran Anda penyiar bertugas membawakan acara sama jam siaran sama harinya. terpikir Anda diri), publik audience) menikmati Anda bertambah tetap atau bahkan berkurang? setiap acara ingin audience-nya semakin meningkat? Biasanya Anda lalu bertanya, darimana saya tahu pasti bahwa publik saya meningkat atau berkurang atau tetap? Nah persoalannya.

metode dipakai lain rating oleh untuk audience mengikuti Anda, dari jumlah maupun Tetapi saja manapun tidaklah sesuatu pasti. pihak dan hal Namun tidak ada lain lebih maka tak rating yang patokan. Coba-Coba (Trial and Error) Kebanyakan (atau yang jawab siaran tak memiliki untuk apakah berhasil sebahagian pendengar atau Oleh itu, ini siaran itu, harinya akan seperti itu pula, dan seterusnya bahkan bisa sampai tahunan.

Ada juga yang bosan dengan siarannya sendiri yang begitu-begitu saja, kemudian berpikir kreatif dengan merubah atau menambah content dalam Walaupun lagi-lagi tidak apakah penambahan audience atau tidak (dengan adanya perubahan-perubahan yang telah dilakukan). Cukup logis juga alasan tidak adanya alat yang pasti untuk mengetahui apakah siaran yang kita lakukan bagi audience tidak.

seandainya memiliki setiap yang menunjukkan kita waktu waktu berkurang audience-nya, apakah tahu persis di mana letak permasalahannya dan bagaimana memperbaikinya? Ibaratnya panel mobil menunjukkan mesin panas, tetap kita memanggil untuk tahu permasalahannya bagaimana memperbaikinya. hanya cara mobil bisa kembali. tentu kita harus sedikit bahwa temperatur naik atas maka pertama harus dan dimatikan.

kalau kita memiliki prinsip itu, jadi itu meledak dan Kalau sampai montir pun akan lagi Pemahaman Prinsip Sewajarnya, semua orang yang akan menekuni bidang penyiaran (broadcasting) harus memiliki pemahaman atau prinsip. dimaksud pemahaman adalah pengertian-pengertian dan keterampilan alat. kalau bekerja penyiar bukanlah menggunakan mixer berbicara lah yang saya maksudkan sebagai pemahaman prinsip.

Salah satu pemahaman prinsip dalam halnya penyiar adalah tentang melalui (sound, suara voice). salah pemahaman dalam penyiar adalah 168 pemahaman tentang komunikasi melalui bunyi saja, gambar saja, dan penggabungan kedua-duanya. Sayangnya training pemahaman ini tak diberikan para junior baru dunia broadcasting. dari dalam training, diajarkan cara alat mixer atau dlsb.).

Padahal namanya itu berguna mewujudkan yang di kita. prinsip agar setiap broadcaster berpikir, mengevaluasi, dan secara tanpa sehingga lebih Artinya, audience akan nikmatnya kita. Think Out of the Box? Sering mendengar untuk out of the box. memang untuk menemukan yang Namun diingat, out of the box adalah dari berpikir biasa.

di yang secara hal tetap Misalnya: dalam film ingin seseorang sedang biasanya orang berteriak mata Tetapi saja dgn lain, ada suara hanya suara berdegup kamera dan pada keringat yang menetes dari dahi orang itu. Contoh siaran misalnya: ingin kegembiraan seorang pendengar berulang-tahun, memasang backsound happy birthday dilanjutkan dengan selamat Padahal saja cara dengan tahu dahulu orang siapa idolanya. penyanyi itu rekam suaranya ucapan ulang kepada pendengar.

ini lebih menggembirakan, bukan? Jadi, out of the box, melakukan yang biasa, justru boleh melanggar yang Kalau yang itu lagi melainkan "ngaco" pasti enak oleh audience. ngaco: siaran stasiun radio me-relay siaran liga dari televisi. silahkan Anda sendiri, kalau yang pendengar tersebut. Prinsip Komunikasi adalah Prinsip Siaran Kita suka lupa bahwa ketika kita sedang siaran, kita itu sebenarnya sedang melakukan aktivitas komunikasi.

Maka seyogyanyalah, kalau kita ingin siaran kita sukses maka caranya mudah saja, yaitu: ikuti saja aturan-aturan/hukum-hukum yang sudah dilontarkan oleh para pakar/peneliti komunikasi. Sudah tentu telah riset mendalam menelorkan hukum tersebut. Jadi kalau

kita aplikasikan ilmu itu kedalam siaran, maka hasilnya pasti sudah lebih akurat. Salah kata dalam komunikasi kata menjadi kata komunikasi, Commun atau (English) Kesamaan. ini penting aplikasinya siaran.

bagaimana Anda maka pulalah audience yang terbentuk. Tentu saja kalau siaran Anda 'kacau' (tak sesuai prinsip-prinsip) kemungkinan besar inilah menyebabkan audience tak atau semakin dari waktu ke waktu. (arm) 169 Bicara Wajar Dalam seminar, penyiar bertanya saya, penyiar Indonesia bisa jadi karena ingin menjadi yang Wah, juga Kalau siapa yang dijadikan terus terang saya tidak bisa jawab. Karena saya seorang pengajar, maka kalau mendengar penyiar bicara, selalu adaaa... aja salahnya.

Saya selalu melihat dari sisi kekurangannya melulu... sorryy.. Lalu jawab, kalau menjadi yang mendingan ilmu dan prakteknya. implementasikan dengan Belajar jadi dengan meniru penyiar yang populer, cara baik. "populer" "baik" dua yang selalu Populer vs. Baik Sebenarnya seperti apa sih penyiar yang baik itu? Dikarenakan bahwa sesungguhnya pekerjaan penyiar "ngomong", gampangnya penyiar baik adalah yang mampu dengan Penyiar baik seorang yang hebat. Artinya ia menguasai ketrampilan komunikasi (communication skill & technique) dan mampu menggunakannya secara optimal ketika siaran.

Sedangkan jadi yang di menurut saya ini, asalkan bisa ngomong, sedikit jahil dan suka ngeledakin orang, berpotongan menarik dan up-to- date , ngocol malu) agak manja cewek)/agak (untuk cowok), cukup sudah prasyarat calon populer. Oleh karena persyaratannya berbeda maka nasihat saya, jangan pernah meniru penyiar-penyiar populer tidak communication skill & technique yang Pasti pertanyaan, "Lalu apa gunanya penyiar dengan communication skill & technique -nya benar, tetapi yang populer malah harus memiliki Jawab: dengan communication skill & technique yang benar, dalam bekerja menjalankan profesinya, akan bisa langgeng. Sedangkan penyiar populer jadi-jadian, seorang yang hanya periode pendek.

masyarakat belum dengan genit kebanci-bancian, tentu bisa Tetapi masyarakat bosan, dia memiliki lain, sebentar ia tidak lagi. nasib yang itu. artis mempunyai ilmu teknik, langgeng Contohnya seperti Keong mendadak populer tapi yakinlah sebentar lagi juga orang lupa. Buktinya lagu-lagu mbah Surip aja yang dulunya sangat-sangat sekarang terlupakan. dengan misalnya, KLA, 'kan bisa karena mereka basis musik benar.

Bicara Wajar Salah satu yang selalu skil yang diajarkan bagi seorang penyiar adalah ketrampilan bicara. Seri seorang mendapat dari senior/pelatihnya berbicara "wajar". Penyiar kemudian menangkapnya sebagai: "cara berbicara sehari-hari sebagaimana dirinya dengan teman-teman di tempat kerja atau di kampusnya". Apabila mendengar

orang sama tidak kenal berbicara, tidak'kah merasa yang atau Misalnya Anda Jakarta ke Lalu sana, restoran, mendengarkan di berbicara satu sama lain, pastilah Anda merasa "lucu". Memang begi Kalau berada lingkungan anda baik, kalau mendengar berbicara, tidak merasakan keanehan.

biasa wajar Tetapi 170 seandainya ngobrol lingkungan tidak kenal, oleh akan aneh / lucu / unik / tidak biasa / jelek. Nah ini dengan radio penyiar maka kalau bicara memang dikenali lingkungan TV suatu tertentu, sebagai penyiar, Anda akan dianggap wajar. Tetapi kalau bagi sekelompok pendengar di daerah lain, bisa-bisa cara bicara Anda dinilai sebagai tidak wajar atau bahkan aneh. Oleh itulah, bicara adalah tepat.

benar sebagai seorang penyiar Anda harus "terdengar wajar ". Terdengar Wajar Jadi seorang itu berbicara depan tidak sama cara seperti dia bicara/ngobrol teman-temannya rumah di kantor. penyiar, ia berada depan microphone maka menjadi diri adanya lagi, melainkan ia menjadi seorang profesional dengan kepribadian dirinya.

Ketrampilan dalam kemampuan dalam dan ditambah keahlian/seni mengkomunikasikan, semua yang dimiliki seorang profesional. kalau tidak ini mungkin belum pantas sebagai yang Sebab semua asal nyrocos, teriak, berani malu dan penampilannya keren lalu bisa disebut penyiar. Agar seorang penyiar terdengar wajar dalam berbicara, caranya dengan menggunakan pilihan nada-nada yang lebih-lebihkan, bahasa tentu Heran Mungkin buat penyiar dia merasa karena berbicara menggunakan nada-nada tersebut, seolah-olah terdengar berlebihan (over). Memang demikian.

Tetapi pendengar atau akan seperti namun memiliki tarik" nadanya. Mengapa yang itu membuatnya Ingatlah, seseorang, ketika mendengarkan sebuah siaran informasi atau berita atau apapun, **pada saat yang sama** dalam bawah selalu dihibur. bukan si harus atau bertindak dsb. bisa dalam nada dilebih-lebihkan.

dari sisi jauh sadar, yang ketika "tune in" saluran Anda, penyiar berbicara temannya dengan yang (yang agak over). Nah "wajar"-nya penyiar baik berbicara. mau sebagai contoh barangkali coba perhatikan penyiarnya American Idol, Ryan Secrest. Lihat bagaimana wajarnya nada suaranya dalam bercakap-cakap atau mewawancarai seseorang, tetapi tetap bukan nada orang biasa.

Nada-nada bicara pilihannya terdengar enak. Terdengar wajar tetapi entertaining. (arm) 171 Bosan Siaran D alam "orang dunia broadcasting dunia **fun alias happy-happy aja**. ini karena yang pagi suara radio sedang siaran, maupun ketika di malam hari menonton **acara yang dibawakan oleh presenter televisi**, hanya menilai apa didengar disaksikannya.

saja yang dan adalah penyiar tampil happy. tidak usaha-usaha dilakukan balik semua, seringkali waktu lebih dari jam kerja normal delapan jam per hari. Wajah-wajah yang muncul dan suara yang terdengar memang harus terkesan "happy", karena kalau tentu publik merasa Banyak tidak bahwa penampil adalah biasa seperti pekerja harus tugas mencari Mereka sering lelah juga dalam tugasnya.

Bosan adalah Emotional State Berbicara Kebosanan membicarakan keadaan Emosi dan membicarakan Aktivitas. di soal bosan, yang menyebabkan perasaan bisa sebuah atau situasi/keadaan. Contohnya, aktivitas rutin menimbulkan Sebuah yang berlangsung begitu-begitu mudah kebosanan. sering kita mendengar bahwa mengatasi bosan harus inovatif upaya keluar dari kerutinan dengan terus memunculkan hal-hal baru.

Anehnya, sebuah juga ada yang kaya-raya, ia bisa apa yang tetapi mati diri alasan Padahal hidupnya sangat variatif. Ia selalu bepergian ke manapun ke tempat-tempat baru. Ia pernah berpindah tinggal empat dalam Pendek tak ada hari yang dalam Ini bahwa pun menjamin tidak timbulnya rasa bosan.

Banyak pembahasan ahli psikologi dan teori tentang "rasa" bosan ini. Salah pendapat yang saya adalah yang bahwa sebenarnya terlahir dorongan "keinginan lebih". ingin lebih yang peradaban semakin Jadi manusia diliputi "kurang". sebabnya dikatakan, dasar munculnya bosan adalah "tidak lagi kurang realita, di sadar, sudah diprogram sononya selalu kurang".

inilah dalam waktu menimbulkan ketegangan yang kenal "kebosanan". Anda bekerja kesibukan maksimal, hasil tetap Pastilah beberapa akan kebosanan. sudah ada lagi yang kurang dari usaha Anda, tetapi Anda tahu sebenarnya masih ada yang kurang (terbukti dari hasil kerja yang tetap sama). Contoh lain lagi, ketika Anda sendirian di stasiun menunggu kereta api tidak Kondisi ini pasti menimbulkan setelah beberapa waktu.

Karena Anda sudah datang tepat waktu (artinya sudah tidak ada yang kurang dari sisi upaya) tetapi kondisi tak berubah (stasiun tetap kosong karena kereta api tak juga datang) sehingga sebenarnya tahu sesuatu kurang. ketegangan Bosan Siaran Pekerjaan sama harus setiap pada yang seperti pekerjaan seorang penyiar, cepat atau lambat jelas akan menimbulkan kebosanan (karena tuntutan 172 diri sebenarnya ingin lebih). Situasinya mirip dengan contoh diatas.

Anda merasa upaya Anda sudah maksimal dalam siaran tetapi Anda merasa bahwa respon publik atau bisa juga jumlah pendengar/ penonton Anda tidak berubah atau malah turun. Kalau cukup dan berpikir timbulnya bosan tiga kunci. Pertama, "merasa" Anda maksimal. karena pendengar/pemirsa ternyata berubah dimana menjadi perasaan

bahwa yang “kurang”.

Ketiga, disadari maupun tak disadari, dorongan perasaan “kurang” yang muncul tersebut “bertentangan” perasaan sebelumnya “merasa sudah ada lagi yang kurang” Solusi Rasa Bosan Siaran Berdasarkan tersebut atas solusi Anda merasa siaran dengan cara Anda kebanyakan dan selama melainkan merubah berpikir tindak action Anda”. pikiran untuk melakukan “lebih”.

Pertama: pernah bahwa Anda cukup Selalu bahwa siaran masih kekurangannya, selalu “rasa untuk baik”, yang akan memotivasi action Anda ke arah itu. Kedua: Temukan indikator yang Anda percayai (misal, indikator respon pendengar) yang dapat Anda tolok dan bahan untuk perbaikan Anda. hasilnya baik sekalipun, selalu liat di mana kekurangannya. Supaya pikiran mengarah untuk “lebih”.

Ketiga: (perubahan perlu tindak-lanjut action setiap konsisten fokus kajian indikator. ingin yang dibangun, tidak terjadinya dengan Ingin yang terprogram dalam manusia. Jadi, Anda bosan ubahlah berpikir lakukan action berdasarkan kajian atas hasil. Sedangkan variasi content maupun variasi cara seperti yang selama ini sering hanyalah salah action yang tepat mungkin salah) untuk mengatasi rasa bosan Anda untuk siaran. Hasilnya, bukan saja rasa bosan hilang tetapi mutu siaran andapun akan semakin baik.

(arm) 173 Bagaimana Menjadi Penyiar yang Disukai? Pekerjaan sebagai penyiar sering dianggap sebagai pekerjaan sampingan dan karena pekerjaan itu pekerjaan yang mudah. Kebanyakan orang berpikir kalau mau jadi penyiar TV cukup asal wajahnya sedangkan mau penyiar asal ngomong kehabisan ide pasti sukses. Kalau menengok Amerika negara-negara lainnya, jelas kelihatan bahwa mereka orang Kemanapun radio tv anda akan semacam seperti suatu kriteria yang Coba bagaimana (sikap para TV simak baik-baik seorang radio pertanyaan wawancara mempresentasikan acara misalnya. bandingkan para kita Indonesia.

anda merasakan Walaupun mungkin terlalu dengan bahasa para penyiar TV/Radio asing itu, sedangkan para penyiar radio/TV Indonesia sangat anda bahasanya, pasti ada kurang atau enak telinga atau di mata kita dibandingkan para penyiar asing tersebut. (Saya berbicara pada umumnya). Sulit saja bagaimana menjadi yang dalam artikel sesingkat ini.

Biasanya saya membutuhkan waktu sedikitnya 60 jam untuk melatih seseorang dari hingga ilmu teknik yang untuk penyiar berhasil. Namun dalam artikel ini anda akan tahu 3 kunci paling mendasar agar menjadi penyiar yang disukai Namun sampai tahukah apa menjadikan penyiar disukai audience ? survey Amerika penyiar disukai apabila: 1.

Mempunyai kepribadian yang mengesankan "humble (suka merendah)", tidak sok atau merasa lebih tinggi, dan harus berjiwa besar.

2. Selalu (fresh)" membawakan atau berita "menyenangkan" setiap (Catatan: bukan harus selalu melawak). 3. Setiap apapun yang disampaikan selalu sangat berarti bagi pendengar/penontonnya. 4. Mampu situasi tetap jalur sementara menghargai tamu, penonton atau pendengar. Perhatikan hal diatas menjadikan disukai publik, titik beratnya justru pada apa yang ada didalam diri penyiar daripada yang terlihat dari luar.

Jadi kalau kita mengaca pada diri kita atau melihat ke sekeliling kita, menurut anda sekarang sulit atau mudahkan untuk menjadi penyiar yang disukai ? Ternyata cukup sulit bukan? Karena anda harus memperbaiki "penampilan dalam" terlebih dahulu sebelum "penampilan luar". Artinya anda harus merubah dulu wawasan, bayangan, perkiraan, asumsi, sikap apriori, persangkaan, pemikiran, yang biasanya sudah terbentuk dahulu sebelum menjadi Oleh itu yang anda agar untuk seorang yang bersemai terlebih dahulu sebelum ilmu dan keterampilan teknisnya, sebagai berikut: 1.

Jangan meniru lain mungkin sangat Penyiar disukai adalah yang keunikan, penyiar harus 174 dirinya Ini disebut (personality)", dikalangan sering sebagai Tapi menjadi sendiri bukan kita boleh dan dengan kita apa seperti kita mengobrol sehari-hari. Jadi tetap ada aturannya. Sebagaimana profesi lainnya, profesi penyiar memiliki & teknis yang hal tidak maka bukanlah penyiar hanya biasa kebetulan dibelakang microphone hanya benda didepan Ingat, adalah sebuah yang bisa oleh yang Penyiar.

anda harus dan terlihat sebagaimana anda" sebenarnya apa anda memang melakukannya dipikirkan, dan dilaksanakan mengikuti aturan/ketentuan. 2. Hayati yang bawaan, berita anda komunikasikan publik. Antara yang ucapkan, tubuh mengatakannya, acara anda atau yang sampaikan, menjadi kesatuan. lebih menonton yang menari harmonis para latar, daripada penyanyi seolah-olah tahu dipanggung apa yang terjadi para Begitupula tidak kita seorang radio seolah-olah membacakan (teks) tanpa ia mengetahui tentang lagu ataupun topik/isi acara yang sedang membawakannya. 3.

Jaga selalu prinsip keberimbangan perhatian antara "input" dan "output". Letakkan tubuh anda pada yang nyaman anda juga enak dari pandang publik tamu anda Ini penyiar dan Pusatkan anda pada yang anda dengan menjaga dengan anda respons mungkin (atas yang anda sampaikan).

yang sebutkan keberimbangan antara dari radar respons anda dengan yaitu yang ucapkan ataupun gesture (gerakan-gerakan tubuh) yang anda lakukan. Kalau artikel

bukan atau menjadi mungkin kesulitan memahami yang maksudkan. dalam artikel saya akan dapat menjelaskannya. Namun untuk sementara ketiga butir yang paling dasar untuk menjadi penyiar disukai bukan untuk tetapi harus sehari-hari sehingga menjadi bahagian dari kepribadian profesi anda yang otomatis muncul ketika anda berada dibelakang ataupun dihadapan. Pada mungkin agak kikuk, ini hilang beberapa Para atau sering bahwa menjadi penyiar itu harus tampil "wajar".

Nah, interpretasi atas arti kata "wajar" inilah yang diartikan bicara tampil apa kalau dirumah bersama teman-teman. Hal yang adalah anda & bersikap ngkungan tentunya sudah mengenal anda, sedangkan tampil didepan publik sama sekali tidak ada yang mengenal anda kecuali beberapa orang saja. Dikalangan penyiar Indonesia seperti yang berlaku. Kalau mereka yakin betul bahwa itulah yang benar, maka akan sangat sulit memperbaikinya.

Dari sebaliknya, anda belum penyiar ingin penyiar, lebih mudah untuk membentuk dasar-dasar yang benar agar menjadi penyiar yang disukai daripada seseorang sudah penyiar beberapa apalagi sudah Keterkenalan membuat tak belajar. tidak keterkenalan hubungannya dengan kepandaian maupun kemampuan. (24 Desember 2005) 175 Aktivitas Komunikasi Bernama "Menjual" Pernahkah memperhatikan sebuah merekrut sebagai Salesman AE/AO Tenaga Biasanya diseleksi lamarannya, riwayat dan diwawancarai. itu ia diterima masa percobaan, lalu ia akan dikenakan "Target Penjualan"-nya.

Pokoknya dalam masa tiga bulan ia harus menjual Rp kalau berhasil ia akan jadi Ini semua tertera diatas kontrak. Keesokan para Salesmen dalam ruangan, sana Sales Manager memberikan apa yang dinamakan "Sales Training". Sebenarnya apa yang disebut sales training kilat yang tak lain adalah penjelasan tentang "produk" yang harus dijual, dan itupun selesai dalam waktu paling lama satu hari saja. Setelah itu para tenaga penjual baru itu, terjun bebas... menjual. Kasian deh... kebanyakan dari mereka ...gagal.

Yang Terlupakan Ada sales training yang agak lebih baik yaitu karena selain pengetahuan produk ada tambahan pelajaran "objection handling" atau "menangani keberatan". Mengapa saya katakan itu lebih baik? Karena objection-handling 'komunikasi'. "komunikasi" yang mendapat perhatian sales training. sebenarnya sebuah komunikasi. salesman seharusnya communication skill hebat, hanya cara isi si pembeli dapat keputusan tujuannya yaitu membeli.

kalau berkomunikasi yang malah tidak membeli atau bahkan membenci salesman-nya dan perusahaan tempat si salesman bekerja. Tentu saja pengetahuan tentang produk disertai keunggulan tetapi lebih lagi bagaimana mengkomunikasikannya calon sehingga

calon pembeli menjadi tertarik dan pada akhirnya nanti mau membeli dan bahkan menjadi pelanggan yang loyal.

Bukan Banyak Bicara Kita semua pernah mengalami rasa kesal bertemu dengan seorang salesman (atau saleswoman) yang terus menerus nyerocos tanpa berhenti. Berkomunikasi bukanlah berarti banyak bicara. Seorang komunikator yang baik, dalam mengeluarkan setiap perkataannya, selalu dipikirkan terlebih dahulu karena memiliki yang untuk ia la bagaaimana berbicara yang sebaik-baiknya karena tentunya ia tidak mengharapkan si calon pembeli menjadi terganggu dan muak omongannya.

kalau penjual seorang yang ia akan nyerocos dengan mengatakan terus menerus bahwa produk yang ditawarkannya adalah yang terbaik, produk selalu buruk. ia bahwa ia seperti itu pasti si calon pembeli akan bereaksi negatif (dalam hati ngedumel), "Yah pastinya aja dia ngomong begitu dong, namanya juga penjual yang ingin barangnya dibeli".

Kalau sampai calon pembeli dalam hati berkata seperti begini, maka ini artinya ada sedikit muncul rasa tidak percaya dalam diri Marketing & Promosi 176 si calon pembeli kepada si salesman. Sehingga kalau sudah tak percaya mustahil-lah akan membeli. Air-Time Salesman Kalau kebetulan salesperson yang menjual bagi radio atau hal paling (dan umumnya adalah cerita stasiun Anda daya pancarnya luas (coverage), acara Anda hebat, pembawa acaranya si A dan bintang tamunyahpun si lalu yang gawat) iklan/sponsornya discount-nya besar dst.

pastilah si pengiklan hatinya) seperti calon "Yah aja ngomong namanya penjual ingin dibeli. kok gampang pasti barang tak bagus, dia supaya cepat-cepat terjual". Begitu kira-kira yang bisa muncul dalam hatinya si calon pembeli. Oleh itu pertama harus oleh salesman bukanlah cara kepada pengiklan, justru cara Tunggu sampai ia telah selesai berbicara, kemudian barulah Anda menanggapi apa yang telah disampaikan oleh pembeli. saja itu berkaitan produk hendak tawarkan. Misal, awalnya memulai sedikit pancingan, dengarkan baik.

(calon) berkata, tidak pasang soalnya sudah pasang surat tetapi tidak Maka Anda menanggapinya "Betul, keberhasilan pesan banyak faktor-faktornya, faktor media, bisa dikarenakan isi dan soal serta reach & frequency pemasangan Calon akan menjawab, itu Anda/penjual "Maksudnya bahwa setiap mempunyai dan masing-masing membawa Saya ke kebetulan contoh acara dirancang sesuai karakter sehingga digunakan tepat, yakin sangat sebagai promosi Bapak".

kira-kira penjual Dari tersebut atas sudah membayangkan komunikasi yang terjadi

Salesman dan Pembeli semakin semakin si pembeli, menjurus ke arah transaksi jual beli. Kasihan Para Salesman baru Ketrampilan sebenarnya paling untuk Salesman dalam Ini harus pelajaran dalam sales training. tak banyak boss perusahaan memahami pentingnya hal ini, sehingga cara yang mereka lakukan hanya dengan saja dengan (calon) Salesman lalu dengan training kemudian dilepas saja menjual, jual!" Harapan para boss, masak sih dari 100 orang tidak ada satu pun yang terjual. Kasihaaaaanlah...

nasib para salesman yang bossnya cuma berpikir seperti itu. Para salesman berjalan ke sana kemari menawarkan produknya dan selalu menghadapi gelengan kepala tanda tak berminat. Padahal diberikan sales-training fokus masalah berkomunikasi dengan benar, maka otomatis, apapun yang harus dijualnya dapat dengan mudah dikomunikasikan secara dan orang gelengan pun berkurang.

bermain bola, salesman menggiring ke arah (melalui berkomunikasi), sedangkan meng-goal-kan si pembeli Cara-cara membujuk-bujuk hasil sales training justru kebanyakan pembeli sebel. (arm) 177 Airtime Salesman K ebanyakan pekerjaan banyak di radio menjadi salesman. anda mencari bagi radio Pekerjaan harus anda lakukan biasanya adalah mengunjungi biro iklan dan atau perusahaan-perusahaan, untuk menawarkan pemasangan iklan atau men-sponsori acara-acara di radio anda. Untuk imbalan anda biasanya honor (atau transport) komisi nilai pemasangan yang peroleh.

yang yang dihadapi dalam jawaban tepat sasaran (calon bertanya: begitu media radio ada, saya memasang di anda?". karena banyak radio gara-gara oleh seperti itu. Order tergantung 3 pertanyaan persiapan Hal paling dari salesman adalah diri melakukan Persiapan meliputi data/bukti alat meyakinkan pengiklan memberikan "kenapa radio Tentu hal-hal seperti jangkauan, profil tarif dsb. otomatis harus anda bawa.

Namun yang lebih penting dari itu adalah lontaran 3 pertanyaan dari anda kepada anda sendiri, sebagaimana berikut: 1. Mengapa anda memilih melakukan kunjungan kepada (calon) Klien tersebut? 2. Apa yang akan anda tawarkan yang radio lain sulit melakukannya? 3. Apa akan lakukan Klien telah 1x ia mengulangi lagi pembeliannya sampai berkali-kali. Ketiga ini sederhana dan pun sederhana.

sebenarnya, dengan berpikir lebih dalam tentang ketiga pertanyaan tersebut dalam persiapan anda sebelum kunjungan penawaran, membuat lebih berhasil daripada Mengapa? kita pertanyaan anda anda air-time radio). Pertanyaan 1 "Mengapa memilih kunjungan (calon) tersebut . salesman akan jawaban: Klien sudah iklan radio Atau kebetulan Klien sebuah House/Ad jawabannya: Media House ini ordernya banyak ke radio-radio".

Bukan itu! Jawaban tepat karena le radio sangat dengan target dari si pengiklan. kalau Klien yang anda adalah Media Agency, jawabannya karena Klien diwakili Ad tersebut produk target sesuai karakter pendengar radio anda. Jadi itulah yang seyogyanya menjadi alasan pertama mengapa anda berniat kunjungan kepada tersebut.

tidak mengena sasaran seorang mobil Seri akan produknya stasiun kalangan golongan dengan perbulan sedikit diatas Upah Minimum. Pertanyaan 2 "Apa akan tawarkan radio sulit . pertanyaan 178 ini penting, hal yang membedakan anda radio Ini alasan terpenting mengapa Klien memilih memasang iklannya di radio anda.

Kebanyakan salesman radio, berangkat melakukan tidak persiapan point sangat penting ini. Tergantung bagaimana keadaan stasiun radio anda, maka anda bisa menonjolkan perbedaan profil atau format atau citra sudah pada stasiun dsb. dsb. Anda harus benar-benar mengenali apa yang membedakan stasiun anda dari stasiun dan manfaat beda bagi (calon) Penjelasan rasionil tentang perbedaan dan manfaatnya bagi si (calon) Klien akan membuat peluang anda memperoleh order akan semakin besar.

Pertanyaan 3 "Apa yang akan anda lakukan seandainya Klien sudah membeli supaya ia mengulang pembeliannya . orang ditanya ia sukses, tidak tahu apa Ini ia kesulitan suksesnya. karena seandainya sudah membuat (calon) akhirnya order iklan anda, anda segera langkah up apa telah katakan menjual benar-benar dalam Sudah tentu, tindak itu pada produksi siaran, ingat tidak berlepas tangan. Relakan sedikit waktu anda untuk memperhatikan bagian lain. Setelah berjalan baik, anda kembali saja telah lakukan.

kalau mengulangnya semakin anda order. (arm) 179 Problema Menjual Iklan untuk Radio K arir diawali profesi salesman perusahaan untuk kalender, brosur, pameran, dan sejenisnya. Lalu saya pindah kerja sebagai salesman perusahaan outdoor advertising luar Kemudian jadi salesman pencari order untuk Elshinta tahun Setelah dan pekerjaan dengan dan sudah bisa dari hidup Dari pengalaman saya mengambil secara problema kebanyakan Air- time Salesman kerennya Account Officer) memperoleh order bagi radionya.

Dibawah ini beberapa saya paparkan, dan mungkin bisa menjadi bahan pembanding, termasuk yang manakah problema yang Anda hadapi: 1. Salesman bekerja sebuah radio, siaran radio tidak dengan pemikiran marketing. Maksudnya, radio itu hanya melakukan siaran karena pemiliknya senang cara dan siaran seperti Akibatnya pendengar terjaring pendengar dibutuhkan pengikl(advertiser).

Pemilik atau radio di N dengan opera ala sehingga siarannya hari lagu-lagu Sementara kota tersebut, yang musik ini sedikit terdiri orang sudah Tentu saja pendengar jenis

bukanlah pendengar menarik umumnya pengiklan. Tak heran kalau salesman susah memperoleh order. 2. Siaran Radio dirancang menjangkau masyarakat dan ini dari (atau positioning) tersebut.

Radionya Profesional Tetapi hasil survey bahwa pendengar yang radio justru sesuai slogan digembar- gemborkan. pengiklan diyakinkan beda dan oleh salesman bahwa produknya cocok untuk diiklankan melalui radio itu. 3. Radio sekarang populer daerahnya, pengiklan berada Jakarta tahu hal tersebut.

Mereka tetap saja memasang iklan di radio-radio yang sudah menjadi tradisi untuk iklan mereka tahun tahun. Salesman meyakinkan bahwa pendengar daerahnya berubah, kebetulan bukan termasuk wilayah yang di-survey oleh Nielsen. 4. Radio tersebut memang sudah memiliki jumlah dan jenis pendengar yang cukup dan tepat bagi produk Pengiklan.

Tetapi Pengiklan memandang bahwa beriklan melalui media radio tak akan ada Pengiklan lebih beriklan televisi surat kabar/majalah dan lainnya. radio cukup menjelaskan harus media dan tak meyakinkan harus stasiun radionya. 5. Salesman bekerja stasiun yang baru, pemiliknya sekali radio itu yang Padahal jauh dibandingkan Karena si maka salesman harus dalam membujuk Pengiklan beriklan radionya.

ia bahwa pun mata telinga sehingga ia tahu kalau si salesman berbohong. 180 6. Radio mempunyai "sangat dengan sehingga siaran dan radio salesman tepat media bagi pengiklan, tetapi tetap saja pengiklan memilih untuk tidak memindahkan order iklannya. 7.

Perang harga sudah keterlalu, sehingga walau seandainya seluruh waktu iklan sudah terpenuhi kapasitasnya lebih 100% tetap pendapatannya dikurangi aya operasi, dan hanya laba sangat Sampai-sampai lebih baik mendepositokan saja uang modal yang ada daripada dipakai membuka usaha Radio Siaran. karena boss menginstruksikan salesman tidak ikut-ikutan harga radio-radio Salesman kebingungan harganya terlalu tinggi dibandingkan pesaingnya, di mata pengiklan.

8. Radio policy iklan-iklan akan "image " tersebut. Sementara anggaran terbesar daerah datang produk-produk dianggap dapat merusak image. Akibatnya salesman kesulitan mengejar target penjualan. 9. Pengiklan mencoba di si salesman, hasilnya tak sesuai apa diharapkannya mendengar si salesman). si menelpon salesman dan untuk melanjutkan order Pengiklan kini kehilangan kepercayaan kepada efektivitas media radio, bukan hanya kehilangan kepercayaan kepada radio si salesman. Daftar pasti bisa panjang dan ada para blog Broadcast ini menambahkan. saja. artinya menjadi Air-Time Salesman"

mumpuni, mudah.

sebab ketika diminta mendidik dan melatih salesman Radio selalu saya katakan terlebih dahulu, bahwa kalau ingin salesman Anda berhasil, maka itu harus diawali dengan pembenahan strategi dari stasiun radionya terlebih dahulu, kemudian pembenahan mutu siaran dan setelah itu barulah para salesman dilatih. Melatih mendidik salesman benar-benar seorang ahli order harga wajar, waktu Tapi tahapan- tahapan ini benar-benar dilakukan, saya jamin bahwa salesman tidak akan menemui kesulitan yang berarti menjual air-time /memperoleh order iklan radio Makanya sendiri sering kok koran ada penawaran sales-training hanya waktu 1-2 hari, tetapi berani menjanjikan keberhasilan? (arm) 181 Radio Tak Disinggung AC Nielsen B elanja iklan semester I tahun 2008 (Januari - Juni), untuk seluruh katagori produk, total belanja iklan cetak televisi 24%, dari 15,8 menjadi 19,5 Anggaran yang untuk tumbuh dan surat tumbuh 38%.

bunyi harian terbitan 12 2008, apa dikatakan Maika Senior Business AC pada Senin, 11 Agustus 2008 yang lalu. Dijelaskan pula bahwa belanja iklan ini belum memasukkan belanja iklan di media internet dan radio. Pertanyaan saya kepada para radiowan, apakah anda tidak merasa semakin kerdil? AC Nielsen berbisnis menjual hasil survey Itu dia konferensi Masalahnya, hanya media dan saja "daya untuk jualannya. AC tahu calon hanya pada cetak televisi, dan bukan kepada internet dan radio.

Sediiiih Banget Kalau saya duduk kepengurusan (Persatuan Siaran Nasional seperti tahun lalu, saya malu Bagaimana tidak, saja bisnis memandang mata industri siaran? radio yang Indonesia pada tahun kini disejajarkan media yang lahir paling-paling tahun lalu. Pesawat radio hadir zaman sebelum Republik dan selalu di semua tangga, sudah di mobil sedan tetapi sekarang hal sebagai promosi disejajarkan internet penetrasinya 4% dari tangga Indonesia.

Mana yang andalan masyarakat kerusuhan 1998? radio begitu oleh orde sampai menyiarkan sendiri? radio menjadi belajar ketika kuliah kalau radio sepi sekali sudah TV video itu? sekarang tahun semakin rasanya Radio tidak lagi masyarakatnya, oleh pengiklan, radio tak menjadi pertimbangan kalau beriklan. ngga Di Mana Salahnya? Menurut kebanyakan siaran, radio-radio cukup dalam acaranya lagi membangun yang dengan Cobalah bertanya penyiar mengapa membicarakan tentang, "A". dari biasanya dua Yang adalah, karena "A" lagi atau seru-serunya.

kedua kita tentang supaya tahu masalah Padahal media bukan berfungsi layaknya cetak memang untuk analitis" yang seru-serunya, apa detilnya). media bukanlah media yang kekuatan dan mampu publik lebih dan riArtinya, alasan siaran 182 topik supaya tahu

atau sedang maka radio anda akan optimal. Publik memperoleh ini lebih melalui media kabar televisi.

sebabnya seolah-olah "tidak Belun kalau dari penyajian sebahagian siaran swasta menggunakan cara ngobrol-ngobrol atau sharing, melalui sms atau telpon (karena memang hanya yang dilakukan penyiar). cara an "orang sekalipun bisa. kalau ngobrol-ngobrol orang melakukannya sama bukanlah yang Padahal yang oleh radio penyiaranya, selalulah radio "bukan biasa", harus sedikit dari pendengarnya (tetapi belum sampai pada tingkat celeb).

Maka cara berbicara, cara membahas, cara bertanya, cara menyapa, cara mempresentasikannya, dalam ekspektasi pendengar harus lebih bagus dari orang biasa (dalam hal ini pendengarnya), itulah sebenarnya yang diinginkan pendengar walaupun tidak sulit kepada penyiar. ekspektasi yang dibenak itu dapat oleh penyiar, apa dilakukan penyiar membuat pendengarnya, minat pendengar mendengarkan siaran radio itupun akan menurun dan hilang.

Bagian Utama Program Kerja Para Radiawan dan PRSSNI Nah kita tahu Kata kalau mengetahui permasalahan 50% sudah 50% seyogyanya radiawan bersama melalui di Indonesia sudah menyusun melakukan program intensif bidang pengetahuan ketrampilan Broadcasting secara dan Menurut titik yang yang jadi Yaitu: paling adalah dahulu yang pada radiawan cuma tetapi para para sales person, jurnalis/ reporter, bahkan para pemilik) tentang apa itu media radio itu sendiri, baik tentang karakter maupun tentang sebuah siaran siklus Sebab lan kepandaian lain jurnalistik, disc-jockey, programming & production, akan apabila implementasinya menyimpang karakteristik nature of the business sebuah siaran komersil.

Kalaupun PRSSNI masih belum juga sadar untuk melakukan ini, maka masing-masing pimpinan stasiun ambil untuk program seperti di masing-masing in- house training) berkesinambungan. ini mulai juga, dapatlah kita katakan bahwa masa depan industri radio siaran swasta di Indonesia sangat cerah. (arm) 183 Radio Digital di Indonesia E foria digital kini melanda Dengan digital, satu (gelombang) yang tadinya hanya dapat membawa satu program saja, kini dengan teknologi digital, gelombang carrier membawa program Sebab dengan teknologi digital, sinyal tersebut diubah menjadi kode-kode digital.

Tetapi saja dan pun digital pesawat pun (receiver) digital. radio digital jauh bersih modulasi konvensional (FM dan AM), dan karena digital maka receiver-nya menyediakan fasilitas merekam dan mengulang. Ditambah adanya screen radio receiver, judul atau apapun ditampilkan di sana.

Misalnya, sebuah iklan mobil di radio itu mengatakan bahwa mobil ini konsumsi bensinnya maka screen ditampilkan (scroll text) mengatakan spesifikasi mesin sekian CC dan penggunaan bensin bisa satu liter untuk 15 km, dsb. Radio Digital di Indonesia Banyak radio kurang mendengar saya tak optimistis dengan depan digital Indonesia. pendapat ini pada yang logis. mengeluarkan handphone memiliki menangkap radio Kebetulan seri termasuk yang laku.

anehnya, disurvei oleh sendiri Indonesia, tidak yang fasilitas FM handphone Artinya teknologinya bahkan itu berada di pemakai tidak akan Lalu ditanyakan jauh kepada para pembeli HP Nokia itu (yang umumnya anak muda) apakah alasannya mereka membeli HP dengan tipe yang bisa menangkap siaran radio FM tersebut? Ternyata hanya karena "gaya". Jadi menurut Nokia, penting ia HP mampu siaran FM, walaupun ia tak pernah mendengar siaran radio melalui HP-nya.

Dari fakta ini saja sebenarnya prediksi saya tak terlalu salah. Bukankah terbukti bahwa teknologi hanyalah yaitu sekedar saja, ia akan merubah apabila manusia itu sendiri tak mau melakukannya. Prinsip Barang Bagus Dicari Konsumen Misalkan, penggemar acara American Top 40 disiarkan minggu malam, pada minggu selalu mengetahui lagu-lagu yang duduk posisi tangga di Serikat.

kebetulan suatu malam saya bepergian undangan maka besar akan mendengarkan acara American Top 40 melalui earphone terhubung handphone FM Selanjutnya siaran itu krosok-krosok, besar akan mematikan FM itu tetap undangan Jadi radio itu siarannya clear (karena digital) maka ini akan menguatkan saya untuk terus tune-in. Jadi peduli stasiun di ini memakai digital bukan, pendengar radio hanya perlu dua saja, yaitu: 1. Radio itu membawakan siaran yang disukai 2.

Radio itu memiliki daya pancar sinyal dan modulasi yang clear. 184 Prinsip Kemudahan Saya perokok ketika di Belanda sekali rokok kretek, terpaksa berganti selama di Ketika ke maka pun ke kretek Artinya untuk siaran American Top 40 yang saya sukai itu saya harus membeli dulu perangkat penerima/receiver khusus (radio digital) maka kemungkinan besar saya lebih memilih untuk mencari alternatif siaran lain yang mirip, atau kalau tak cocok mungkin saya memilih mendengarkan CD atau MP3.

Prinsip Pengiklan di Indonesia Kelemahan salesman di adalah mereka dapat apabila calon pengiklan mengatakan bahwa radio anda pendengarnya sedikit, kalah banyak dengan pendengar DD dangdut Nah, para radio masih menghadapi ini, bisa betapa bisnis orang sudah menginvestasikan uangnya mendirikan siaran Radio Digital. Kesimpulan Eforia tidaklah harus dengan Jangan bahwa kalau tersedia masyarakat

menggunakan, tidak benar. yang terjadi masyarakat berkembang teknologi sendiri.

baik daya pikiran mengoptimalkan yang dalam broadcasting belakangan terlihat tak lagi, berdampak buruk industri broadcasting Indonesia, dari turunnya pendengar (survey 2006). perbaiki siaran masyarakat mendengarkan radio Jelas sistem menjadi digital termasuk disitu. (arm) 185 Radio Internet S epertinya banyak yang masih bingung tentang radio internet. Apalagi istilahnya banyak benar.

Ada webcasting, podcasting, e-radio Dari prinsip yang didengar (calon) Radio-Internet sama dengan Konvensional biasa kita selama Bedanya kalau Konvensional siarannya melalui gelombang elektro-magnetik di udara, sedangkan Radio Internet siarannya disebar-luaskan secara digital melalui jaringan koneksi komputer. Sebagaimana Radio dimana bisa tune-in pada untuk acara disukainya gelombang frekuensi ada tuner receiver), pula Internet, bisa melalui website Radio Internet sering disebut juga sebagai e-radio.

Keunggulan Utama Internet Internet keunggulan khas, bisa secara dan kemampuan Walaupun menjadi bahwa itu bisa apabila koneksitas-nya (Note: sebenarnya masih kendala kita Indonesia). karena apapun ingin lakukan internet seharusnya keunggulan tersebut. kalau ingin siaran melalui Artinya, Radio (radio siaran sehari-hari frekuensi Mhz, acara lagu-lagu musik-musik dan sekali-sekali spot Maka Radio melakukan lewat (webcasting), websitenya, www.KVNL-100.com, tidak apabila internetnya hanya lagu-lagu selingan iklan Mengapa? unsur interaktif-nya tidak dimanfaatkan, padahal inilah yang justru merupakan keunggulan khas internet.

Macam-macam Radio Intern Sak dbatnfnk webcasting (roadcasting melu wodd)ampr seti orang sekarang bisa melakukan atau membuat, katakanlah, "stasiun penyiaran-nya" sendiri. Karena pada dasarnya perwujudan sebuah radio internet adalah membuat suatu website (situs) dimana layanan materi utamanya adalah audio-file, dengan tambahan-tambahan lain seperti picture-file dan text-file.

Radio Streaming Kalau yang browsing komputer pendengar), log-in website yang siaran penuh kalau tune-in frekuensi dengan kita mendengarkan radio maka yang oleh seperti disebut: Karena otomatis ke si dan keluar di Pada streaming, langsung tanpa kita download-nya. Tapi tentu saja dalam komputer si pendengar harus sudah ter-install software aplikasi multi-media misalnya: Player Media Dalam streaming ini, pendengar terpaksa pasif (seperti mendengarkan siaran radio konvensional melalui tuner). Sudah banyak radio di yang ini.

mempunyai kemudian siarannya melalui secara 186 dialirkan melalui Sehingga, ada

disudut manapun log-in website ini, pastilah dapat siaran tersebut. Radio Podcasting Kalau browsing menemukan dimana ada materi, sederetan lagu musik, cerita dsb. untuk pilihan diharuskan terlebih materi diminati (calon) maka webcasting ini Podcasting.

namanya dari tetapi tidak mendengarkannya melalui melainkan dari komputer sudah di-install software aplikasi untuk multi-media (seperti misal: Real Player atau Media Player) Setelah "siaran" itu di-download, barulah si pendengar dapat mendengarkan "siaran" tersebut melalui di Tentu untuk tidak bisa siaran (realtime). prosesnya, itu dari "stasiun melalui TCP/ IP Control / Protocol), kemudian lagi komputer si Ini memerlukan yang pula kualitas koneksi- nya.

Semakin besar bandwidth semakin cepat, semakin banyak dan semakin baik kualitas data yang terkirim dan diterima. Pandora Radio Sebuah website berisi rangkaian musik-musik yang mirip-mirip streaming, tetapi streaming-nya tidak Apabila log-in website lalu musik yang maka kemudian akan rangkaian musik orang yang terseleksi yang diperkirakan sesuai pula dengan seleranya. Misal, kita menyukai lagu The Beatles.

Maka Pandora akan melakukan streaming lagu-lagu yang mirip-mirip atau se-type dengan group The Beatles, misalnya: Oasis ; Tears for Fears ; U2 dst. Jadi dalam hal ini sisti Streaming dengan interaktifitas. Seandainya dari lagu yang di streaming oleh Pandora ternyata ada yang tidak kita (pendengar) sukai, maka kita cukup meng-klik tombol "dislike", maka otomatis lagu- lagu yang sukai akan Dengan streaming yang diberikan oleh Pandora sudah pasti hanya lagu-lagu yang disukai oleh setiap / masing-masing individu.

Catatan Penting tentang Radio Internet: 1. Perwujudan radio internet adalah sebuah Website yang menyalurkan rangkaian file. Isi layanan utama website adalah sedangkan dan adalah pendukung dan pelengkap. 2. Dalam website tersebut, harus dioptimalkan interaktifitas-nya. 3. Pendengar konvensional tahu jelas yang dia (push medium), pendengar internet dengan yang jelas. tahu apa yang mereka cari (pull medium). 4.

Pola dan yang penyebab mendengarkan sangat berbeda, antara radio konvensional dan radio internet. 5. Sebuah yang kata dibelakangnya tentu radio konvensional disalurkan internet. bisa itu sebuah station khusus" hanya webcasting. bisa itu website me"link" (menghubungkan) pendengar dengan seluruh website radio konvensional yang ada di internet. Nah..mudah-mudahan penjelasan singkat ini cukup jelas, ya? (arm) 187 Radio vs Internet D alam suatu kesempatan sebulan yang lalu, saya duduk bersebelahan dengan seorang pejabat RRI.

la mengenali saya bahwa saya dulu di tahun 1992 adalah pemrakarsa dan penanggung

jawab RRI – Pro2FM Jakarta sampai tahun 2002. Ia berkata kepada saya, sekarang ini radio susah hidupnya, dekade-dekade sebelumnya dimana masyarakatnya masih masyarakat “audio”. Pendapat seperti si pejabat RRI tadi, sebenarnya pendapat yang umum, karena kenyataannya memang radio Indonesia umum. Sebenarnya cuma jumlah radio menurun, (menurut Managing Director Nielsen Audience Measurement, Irawati rasio penonton juga dibandingkan dengan populasi menonton menurun, 204 per di 2009 hanya jam per di 2010).

alasan jumlah radio dikarenakan masyarakat Indonesia sekarang adalah masyarakat audio-visual, kurang tepat. Internet & Social Media Tidak dipungkiri bubbles dari Social Media dan (digital masih terus bergerak naik, dan belum mencapai puncaknya. Oleh karena itu, dugaan bahwa menurunnya jumlah & (dan pembaca lebih karena munculnya sangatlah Keluasan yang dipakai untuk koran, televisi mendengarkan sekarang dan dipakai untuk ber- online di dunia maya.

Seorang dari Serikat bahwa anak di juga sudah lagimendengarkan melainkan iPod lagu-lagu dia download juga “Pandora” situs menyajikan yang sesuai selera yang Mereka tidak ingin “Suara Penyiar” di radio yang memberikan berita & informasi kepada pendengar. Menurut internet memberikan yang sukai. kalau butuh atau yang oleh mereka tinggal “klik” tusnya internet.

mereka, buat i radio, pilihan lagunya belum tentu selalu cocok dengan selera aku , walaupun memberikan / yang belum tentu informasi itu terkait dengan diriku “. Mendengar Radio Sambil Tetap Beraktivitas Saya tidak pernah punya rasa pesimistis terhadap masa depan radio. Karena biarpun televisi memiliki & dan bisa sehingga bisa lagu berita yang inginkpada yang inginkan, baik dan membutuhkan kesempatan membutuhkan waktu.

menonton dan browsing internet konsentrasi waktu-khusus seseorang, ia duduk menyediakan waktunya untuk melihat kepada layar monitor. Tidak dengan . bisa mendengarkan radio masih beraktivitas. bukan yang kalau orang lagi “menyediakan untuk radio memilih browsing internet. Bukankah tetap bismendengarkan sambil di atau ber-Facebook Kalau TV membaca sambil di 188 atau ria, saja tidak dilakukan, Karena kita harus pada monitor.

jelas dipandari ini, lebih terpukul kehadiran tentunya radio, koran, televisi. Mengapa Tak Minat Mendengarkan Radio? Nah sebenarnya inilah pertanyaan kunci yang harus dilontarkan oleh para Radio Broadcasters kepada yang lagi mendengarkan , bahkan yang sekali belum menjadi pendengar radio, “Mengapa tak minat mendengarkan radio?” Jawabannya sebenarnya sudah ada di atas, pada kalimat yang saya beri warna

biru, Itu merupakan penjelasan temanku jadi di University Pennsylvania Amerika terhadap pertanyaan "Kenapa itu Amerika) merasa radio **Kesimpulannya: Kalau saja siaran radio itu, lagunya** cocok dengan si pendengar dan informasinya memenuhi si pada dimana engar maka sesungguhnya pendengar akan kedua tersebut internet, Masalahnya, hal itu sama sekali tidak mudah untuk dipenuhi oleh radio, sedangkan bagi internet sangatlah mudah. **Karena internet adalah media-massa dengan segmentasi individual.**

Dalam individual, cakupan itu luas media **umumnya), tetapi setiap individu bisa mencari materinya sendiri-sendiri pada waktu / keluangan yang** pilih masing-masing Ini mendatangkan orang orang lebih Sedangkan adalah massa ditujukan kelompok-pendengar Maka sangat untuk setiap / individu gar kelompok Walaupun, sama-sama **belum tentu selera musiknya sama.**

Si remaja romantis sangat dengan "Afgan Terima Cinta", si remaja suka menganggap lagu Sehingga ketika radio lagu tersebut yang Si akan pada frekuensi itu si akan ke radio mencari yang sukai. pula siaran / oleh (atau televisi koran), si membutuhkan yang dari B, secara mereka dalam kelompok sama. Kalau orang-orang mencoba menyaingi dari ini, pasti akan Radio akan kalau beradu content" sangat fragmented) internet.

sebabnya saya, radio-radio Amerika hanya memutar lagu survey (lihat saya ini Music akan penurunan pendengar. mereka tidak menang situs, "Pandora di Di Pandora, seseorang, si mengklik ia The maka lagu-lagu akan lagu group mirip satu dengan The misal ; ; for dsb. Si yang meng- klik akan seluruh yang (berbeda si tersaji Dicari Terobosan Radio Sampai ini programming masih menemukan Malah beberapa internet semakin "content" **mencoba "berinteraktif". Menurut saya, apapun yang hendak dilakukan, seyogyanya jangan pernah keluar dari** media Radio tetap Radio.

harus bisa teman mengiringi garnya aktivitas , membuat pendengar merasa terganggu. dimaksud adalah besar dan hanya 1 – 2 orang saja. Beberapa ingin kepada seperti Mereka meminta mengirimkan lalu penyiar membacakan 189 menerus yang Mungkin hal akan si sms, barangkali membosankan pendengar yang ribuan yang tidak sms.

akan merugikan, ada sms dibacakan, akan hati orang, membuat pendengar yang ke lain ke lain, karena tahan si cuma membacakan mengomentari yang Ingat, bukanlah yang memuaskan per dengan content-nya. sebabnya ingatkan, terobosan untuk dengan lain, internet, jangan keluar karakter media radio. (arm) 190 191 Siaran Radio Sistem Digital: Jadi? B anyak bertanya saya apa akan dengan Radio Indonesia kewajiban siaran sudah dijalankan.

jadi ketika tahun-tahun dekade radio-radio yang dari di gelombang (amplitude modulation) FM frequency modulation). betul, yang di FM kualitas yang bagus yang di gelombang Ketika pikiran "Tetapi sekarang pindah FM, para pendengar belum yang receiver penerima) Tetapi kita pindah maka akan dengan kita sudah dahulu ke FM Artinya kita direbut kita saja AM, pesaing sudah dahulu FM. pendengar pada karena suara jauh lebih Waah nih".

begitulah terjadi dan begini yang dihadapi generasi broadcasters dalam yang terlalu lagi. Ada Dua Badan Penyelenggara Terpisah Perlu bahwa ke siaran digital sudah keputusan ITU International Telecommunication Union), pula perubahan kebijakan/peraturan. dalam penyiaran Indonesia juga lain) ada jenis usaha, (1) Usaha Siaran dan Badan Usaha Penyedia Infrastruktur, dimana ia yang akan membangun stasiun pemancar/DABT, kemudian disewakanlah kepada – penyelenggara Satu analog sekarang digunakan hanya oleh satu stasiun radio, nantinya dengan sistem siaran digital akan dapat digunakan oleh 8 – 16 penyelenggara siaran dengan kualitas sinyal dan modulasi yang sangat jernih (bagaikan mendengarkan rekaman CD).

Artinya, sisi mereka membeli receiver digital terlebih tetapi mereka memiliki banyak siaran. sisi radio, semakin persaingan dalam meraih pendengar karena jumlah stasiun penyel Bagi usaha dan infrastruktur, di sesama mereka adalah soal layanan (mutu dan stabilitas daya pancar) kepada stasiun radio dan berapa tarif sewanya. kalau buruk biaya mahal, bisa stasiun pindah menyewa kepada perusahaan infrastruktur lain.

Sudah para radio berpikir selain penyelenggara siaran, juga usaha pemilik pengelola Memang sampai ini pemerintah memiliki yang Padahal ITU, merupakan khusus Bangsa-Bangsa yang frekuensi telah bahwa siaran sudah harus di negara tahun Tetapi, tak kemungkinan, akan penundaan ITU, belum Perubahan Pola Mendengar Pertanyaan yang sering juga terlontar, apakah ada perubahan dalam pola mendengar? Menurut pendapat perubahan sistem secara tidak karakter Jadi tidak akan terlalu signifikan perubahan pola mendengarnya.

Radio tetap saja akan berfungsi sebagai media bisa pendengarnya Sehingga tetap 192 menyala Anda sendirian mobil, menemani yang aktif kerja di komputer ataupun Anda yang lagi aktif membaca buku, meskipun siaran radio tersebut sudah digital tidak. kalau digital, suaranya lebih dan radio ber-interaktif dengan pendengarnya akan semakin terbuka luas.

Satu-satunya yang betul-betul harus adalah banyak pendengar yang memiliki penerima radio digital? Kalau ia sudah memiliki, apakah dia sudah manteng di gelombang kita atau ia sudah "terlanjur" tune in di gelombang lain? Perpindahan ke digital sudah pasti

berdampak awal, yaitu, stasiun Anda harus kehilangan pendengar dahulu, baru pelan-pelan kemudian dibangun atau terbangun kembali. Jadi kapan waktu yang tepat untuk pindah ke digital? Ini pun harus direncanakan.

Pemasang Iklan Dengan saluran para siaran akan cenderung keunikan dalam siaran. siaran format musik saja, siaran khusus saja (sangat niche "). seperti kita TV membayar saluran tentang ada khusus pengetahuan, saluran film dsb.) berarti, pengiklan mau dengan air-time tidak bisa hanya iklan 1-2 dengan jumlah yang dan untuk potensi yang dalam tembak.

terpaksa memasang beberapa dimana radio mempunyai yang "khas" dari jumlah tidak terlalu tetapi lebih dengan target market product pemasang Pemasang harus "pintar" mau mau dalam dan iklan radio. Tantangan Tantangan adalah yang sekali dimana radio hanya kelompok yang kecilnya, tak menarik media iklan. Akibatnya pemasang iklan tidak mengalokasikan budget promosinya bagi media radio. Radio "ditengok" pemasang ketika berpikir/merencanakan periklanan.

Mengapa pesimistis saya Karena pengamatan di Indonesia sekarang ini, siaran radio tidak terlalu banyak berbeda satu dengan lainnya. Padahal pada era digital, jumlah radio menjadi dari lipat, satu harus betul-betul khas agar bisa menonjol dari siaran lainnya. Artinya, kalau mendengar siaran radio-radio sekarang ini, saya yakin industri radio akan banyak menemui kesulitan untuk membuat siaran yang unik, karena tak terbiasa atau karena tidak memiliki pengetahuan arah Kelihatannya betul-betul bekerja agar sekedar menjadi rata-rata. kualitas (Human Investment) sudah dimulai sekarang.

soal peralatan, tu lebih karena ada uangnya bisa dengan cepat diadakan tanpa perlu waktu. Digitalisasi radio akan dampak berbagai misalnya: kita bekerja, kita cara mengelola acara Walaupun pemerintah masih belum siap dengan perangkat peraturan, tetapi antisipasi yang tepat perlu mulai direncanakan secara diimplementasikan, mengatasi yang lama lagi akan menjadi kenyataan.

(27 Juli 2009) 193 Perkembangan Teknologi Siaran Tak Boleh Menyalahi Prinsip S ebenarnya para broadcaster ini, televisi radio perkembangan cukup Artinya sadar sudah teknologi digital bagaimana menyikapi teknologi dunia broadcasting. siaran nanti semua menjadi HD high definition)? siaran menjadi digital broadcasting modulasi telinga pendengar akan lebih empuk, serta pilihan alternatif programnya pun menjadi lebih banyak? Ataukah semua siaran baik televisi maupun radio nanti semuanya harus streaming lewat internet? Cepatnya teknologi membuat kita-kita bergerak bidang broadcasting. Baru saja kita berpikir untuk melakukan penyesuaian dengan satu teknologi..eh..ti tiba ada baru yang baik lebih Maka buyarlah apa yang sudah dirapatkan

selama berminggu-minggu yang lalu.

Oleh karena itu supaya tidak terlalu pusing, saya pikir sebaiknya kita kembali dulu mengkajinya secara rasional berpegang pada prinsip-prinsip bisnis broadcasting sendiri. Pada akhirnya bukankah masyarakat pemirsa / pendengar juga yang memiliki kata akhir?! Prinsip 1: Teknologi digital dalam dunia broadcasting itu pada intinya harus menyebabkan masyarakat (1) lebih mudah meng-akses-nya, dan masyarakat memperoleh (2) kualitas gambar dan atau audio-nya yang baik.

kalau meng-upgrade kita berteknologi maka kedua point yang diperoleh audience. tidak kita bahwa kita sekarang sudah ada di internet, tapi untuk pendengar mengaksesnya susah sekali (misal, masuk ke portalnya aja lama banget). Tidak kita bahwa TV sudah tal, dan sudah berkualitas dan bisa di tapi menonton ponsel, ponselnya tidak berada ruangan, kalau ruangan digital-nya putus-putus berkotak-kotak.

Atau sebaliknya siaran kita dapat diakses dengan mudah dari mana-mana, tapi setelah berhasil di-akses kualitas gambar dan audionya tidak bagus...ya sami mawon, tidak ada gunanya bercanggih-canggih dengan teknologi. Prinsip 2: Sebahagian besar audience kita (sesuai pula dengan struktur sosial masyarakat kita yang masih berbentuk kualitas yang sekali HD blue-ray, menjadi tuntutan Mereka happy kalau dan jelas tak Suara dan gambar yang "bening" belum merupakan kebutuhan utama sebahagian besar masyarakat kita.

kalau mendapatkan dan yang itu diharuskan membeli khusus atau mereka belajar memakai dulu. Artinya, walaupun kita meng-upgrade siaran kita menjadi siaran berteknologi canggih, itu hanya akan berdampak pada beberapa gelintir kelompok orang saja dalam masyarakat. Jadi tidak akan serta 194 merta menyebabkan jumlah audience yang menonton / mendengar siaran kita menjadi bertambah.

Prinsip 3: Seperti saya diatas Teknologi dalam broadcasting, kepada audience dengan harapan akan lebih mudah di-aksesnya serta kualitas gambar & audio-pun menjadi lebih baik. Tetapi teknologi digital tidak bisa memperbaiki isi-nya. Ibaratnya teknologi microwave dapur menggantikan hanya mempercepat memanaskan memasak tapi serta masakan menjadi Sebab membuat itu dan banyak adalah bagaimana jurumasak pengetahuan ketrampilannya mengolah bahan tersebut tepat mencampurkan yang sesuai selera. adalah yang lidah. pula dunia Broadcasting.

Artinya, cumalah pendukung Karena intinya bagaimana sebagai masak", mengolah memasukkan yang sehingga membuat audience happy dan happy telinganya, happy sehingga pun Rasional 4: Audience , tentunya Indonesia sangat adalah paling bagi

keberhasilan bisnis televisi ataupun radio. Mereka yang menentukan isi siaran yang bagaimana yang mereka cara isi bagaimana mereka akses media yang mereka dengan kesenangan kebiasaan dsb. dsb.

Buat lansia saya, pensiunan kalau mau televisi, tidak memilih siaran melalui handphone . terlalu bagi saya, dan suaranya terlalu lemah bagi telinga saya. Jadi, setiap strata dan pengelompokan pasti memiliki ciri-ciri sendiri dalam menentukan pilihan media bagaimana ia Sehingga, stasiun menyediakan akses luas, tetap lingkup audience yang mengaksesnya akan area aksesnya, mungkin prosentase audience kecil dibandingkan jumlah audience mengakses cara biasanya.

misalnya kelompok audience tersebut adalah kelompok audience remaja sebagai suatu kelompok yang memang paling cepat mengadopsi teknologi baru. Artinya, perubahan masyarakat menggunakan baru salah faktor penting kita perubahan siaran. apa perubahan harus kenapa dilakukan ditujukan siapa itu dilakukan. Masih lagi prinsip harus dipertimbangkan, mengkaji peningkatan siaran kita sejalan dengan perkembangan teknologi digital belakangan ini.

Maksudnya tentu kita dengan yang mengadopsi digital, bukannya atas dorongan emosional semata dan apalagi kalau alasannya hanya disebabkan oleh karena "tetangga" sebelah sudah lebih dulu berdigital maka kita juga harus begitu. Salah dalam jumlahnya timing-nya, menyebabkan bertambah sulit hidupnya, dalam masa industri broadcasting yang juga sedang menghadapi masa sulit ini.

(20 September 2011) 195 Yang Terlupakan dalam Kemajuan Teknologi Media Hari yang 13 2012, menjadi satu dalam seminar diadakan Kementerian dan Kreatif yang membahas konten content) dengan teknologi Tetapi yang oleh pembicara, penekanannya pada keunggulan teknologi dan kehebatan media-media baru tersebut. Saya jadi teringat kejadian 6 tahun yang lalu, di Broadcast-Asia, Singapore, seorang International Manager Nokia, menggebu-gebu bahwa nanti lagi keluarga ditonton rumah, menjadi personal, televisi bisa ditonton dari smartphone , sehingga bisa ditonton di mana saja.

Kenyataannya sampai saat ini, sudah 6 tahun berlalu, berapa banyak sih orang yang mengganti kebiasaannya, tidak lagi menonton siaran televisi TV-set rumah, menonton smartphone -nya? semua yang saya kenal, tidak ada seorang pun! Teknologi Hanyalah Kemudahan Akses Memang betul bahwa kemajuan teknologi menyebabkan segala sesuatunya kini bisa dinikmati dari tangan Radio, Koran, Cinema, sudah diakses melalui perangkat smartphone dan sejenisnya.

Masalahnya, sekarang tinggal apakah “sensasi rasa” dalam konten Televisi, Majalah, melalui tangan lebih baik / sama / lebih buruk, daripada ketika menikmati konten tersebut secara tradisional? Kehadiran seperti mp4, dsb. untuk akses terhadap Tetapi kualitas antara tersebut pendengar pembaca / pemirsa / penonton, tentu saja tidak serta merta menjadi lebih baik.

Sensasi kita ketika ke ruangan yang dan menonton film layar dengan sound system menggelegar, tidak kita peroleh ketika menonton film yang sama melalui iPad dalam sebuah taksi. Siaran radio selalu saya dengarkan melalui radio mobil ketika sedang menyetir mobil menuju ke kantor. Tetapi ketika sudah sampai di kantor, saya tidak menyalakan BlackBerry saya dan earphones untuk mendengarkan radio (walaupun sudah install smartphone Tentu alasannya, kenikmatan melalui sound-system mobil suasana menyetir sendirian, bisa dengan radio dari smartphone+ earphones dalam suasana lingkungan kantor tempat kerja saya.

Menurut ilmu memang sangat penting mengalirkan pesan komunikator. yang terlupakan, pesan harus dan disampaikan, agar cocok dengan karakter mediana, sehingga bisa efektif menghasilkan respon dari si komunikan. Modifikasi Konten Rekaman asli lagu-lagu The Beatles yang dibuat pada tahun 1960-an, direkam dengan teknologi “ monophonic”, teknik pun sangat Sekarang rekaman The diproses digitalize remastered, kualitas bisa oleh modern nyaman, secara stereo-phonics surround, melalui 196 maupun Inilah satu modifikasi demi dengan modern sekarang ini.

Majalah versi juga modifikasi ketika versi sehingga diakses dibaca BlackBerry, pembacanya sakit huruf yang terlalu kecil, ataupun ulasannya juga dibuat tidak terlalu panjang. Tetapi di televisi masih sering kita lihat film Indonesia yang dibuat pada tahun 70-80-an dengan teknologi super-lebar cinemascope, begitu tanpa modifikasi. penonton sangat dengan hitam gambar paling tak terlihat, ketika maka menjadi (kurus tinggi)... hahaha.

Sekarang menyadari sebenarnya konten niat dibuat disalurkan melalui sebuah media tertentu, tidak bisa begitu saja disalurkan melalui media lain tanpa melalui modifikasi konten tetap dinikmati seharusnya). Artinya, pesan konten dapat terkomunikasikan baik, berkurang efektivitasnya, walaupun media yang digunakan sudah berbeda. Contoh konten saya diatas, modifikasi saja, dapat tak rumit.

ada hal memang bisa Misalnya, kengerian sebuah dalam “2012” by Roland yang sangat emosi film bioskop, bisa bila tersebut disaksikan bioskop lebar sound-system tertentu. juga optimalnya modifikasi teknis yang dilakukan terhadap konten (film “2012”), tidak akan pernah bisa sama, sensasi emosi menonton film di bioskop dengan sensasi emosi

ketika film yang sama kita saksikan di layar komputer atau androidphones.

Kesimpulan Dengan terus berkembangnya kemajuan teknologi maka akan semakin banyaklah kemunculan media-media baru. Tetapi perlu diingat, apapun media-media modern tersebut, tetap saja itu semua hanyalah sarana untuk si komunikasikan mengakses konten. Yang terpenting tentulah konten dan pesan yang didalamnya.

kita komunikator, kita melalui media pesan akan maka haruslah dan sesuai karakter media-nya, yaitu sesuai dengan cara bagaimana komunikasikan menggunakan media tersebut. Ibaratnya, ada mie-ayam gerobaknya, di rumah saya. tetap kalau ingin mie-ayam, saya membelinya penjual mie-ayam gerobaknya di Cikajang Baru, di toko Adorama. sangat kalau dimakan Tetapi waktu bilang si untuk dan pulang, ada Mie-nya dibungkus terpisah, juga racikan, dan semua terpisah.

ketika dimakan tinggal saja disatukan dijamin tetap enak. Si penjual mie ayam sudah mengerti bahwa agar "rasa"-nya tidak berubah, ia melakukan hal berbeda. melakukan sesuai cara pelanggan mie-ayam tersebut. Kapan, dimana dan bagaimana. (19 November 2012) 197 Radio Jaringan Kira-kira 10 tahun yang lalu stasiun televisi Indosiar membeli radio Elshinta.

Mau diapakan radio tersebut? bisnis yang Ternyata, juga radio Elshinta melaksanakan dari kemudian oleh lain daerah. ide tidak karena Republik (RRI) lama hal Langkah kemudian RCTI membeli Trijaya, radio siaran dari Jakarta dan siaran yang sama di relay oleh radio-radio jaringan mereka di daerah. Banyak lagi para orang berduit melakukan langkah seperti ini, sehingga timbullah istilah Radio Jaringan.

Sebenarnya bisnisnya saja, dengan siaran ongkosnya murah, memiliki yang (seluruh sehingga iklan berminat membeli spot harga Ini kelebihan menjual pemasang agency. menurut mereka. Hasilnya? Elshinta berhasil keuntungan. keuntungan tidaklah lebih dari Sonora hanya di tanpa stasiun apapun. 1 iklan radio dengan puluhan radionya oleh pemasang hanya sama 1 iklan radio Jakarta tidak oleh satu stasiun relay-pun.

ABC Radio Network di Amerika Sebagai satu broadcasting jaringan American Company memiliki 14 radio sedangkan 800 radio bersifat Di pusat Angeles memiliki 25 yang masing siaran format terpisah satelit. stasiun akan relay siaran format cocok kebutuhan di stasiun tersebut. untuk relay berada mid-west, siaran format program di adalah Music, pada yang stasiun New York merelay acara siaran Jazz Music. Begitu kira-kira pola kerja mereka.

Kalau mau penawaran iklan biro atau langsung) diunggulkan jumlah radionya,

pada supaya yang itu efektif. jumlah radio selalu kaitan dan karena stasiun yang sebab orang beriklan di ABC. Jadi sungguh berbeda cara kerjanya dengan Radio Jaringan ala Indonesia. Pengiklan Indonesia Perlu Banyak Belajar Kalau salesman datang biro atau maka pertama yang dihadapinya "Berapa untuk spot bulan?".

kedua adalah, di kota jangkauannya saja?". ketiga "Dalam survey AC Nielsen masuk nomor berapa?". Kalau amati tadi, jelas diingihanya yaitu yang rendah. Maka alat ukurnya selalu berkisar soal "Berapa Banyak", dan ini merupakan justifikasi yang mudah oleh mereka mereka pertanyaan memasang di Z radio Lama-kelamaan yang adalah tidak kalau jauh, tidak maka hanya saja di tersebut. pula kalau tinggi berarti mahal hasilnya sebanding.

198 Kalau kita mau mengkaji lebih jauh tentulah pendapat seperti tersebut diatas merupakan pola pikir menggampangkan Cobalah lebih maka anda tahu bahwa: 1. Cara radio produk diiklankan laku, dengan banyak pendengarnya, pada karakter Pilihlah yang dengan target market produk yang diiklankan. 2. CPM tinggi berarti tidak sehingga mahal. bukan disitu.

Contoh: CPM radio DELTA-FM (musik utama oldies barat) adalah jauh lebih tinggi dari MUARA-FM utama Memang radio hanya dari Muara. ada ingin iklan produk BMW serie apakah kalau memilih Muara CPM-nya Artinya baik memasang di dengan cuma tetapi diantaranya produk yang diiklankan, daripada beriklan di radio yang memiliki pendengar 100.000 tapi yang akhirnya membeli produk anda hanya 1000 orang.

Maka besar kalau tinggi radio mahal, perbandingan seharusnya dilakukan pada hasil akhir dan bukan pada jumlah pendengar. Belajar dari Kesalahan Radio Jaringan RRI Dizaman Soeharto, Penerangan pada ulang RRI bahwa kini hanya tinggal 15% saja wilayah Indonesia yang belum terjangkau siaran RRI.

Ketika kebetulan duduk dengan Dirjen Alex Bisik- bisik bilang bahwa RRI saja 100% Indonesia, kenyataannya kota pelosok RRI didengar masyarakat, masyarakat menyukai Swasta. kata-kata kemudian diminta membuat RRI ala Swasta, maka lahirlah untuk pertama kalinya di tahun 1992 RRI Pro2FM di Jakarta yang berhasil mencatat sukses dan kemudain ditiru oleh RRI daerah lainnya.

Semoga tidak (tapi di swasta), radio-radio dengan pola siaran Jakarta sentris, dengan cara menjual ke biro iklan berbau bombastis: "jangkauan kami meliputi 150 kota di Indonesia". Padahal di Surabaya masyarakat tetap saja mendengar Suara Surabaya, di Bandung masyarakat tetap tune-in di Radio Mara, di Medan masyarakat manteng di gelombang Radio Kiss FM. Lalu radio jaringan dari Jakarta yang di relay oleh stasiun

relay di seluruh Indonesia itu didengar dimana dong? Di Jakarta tentu saja.

(arm) 199 Di Radio: Dulu Surat Sekarang SMS, Twitter dan BBM J aman di akhir dan para radio (pen: jadul untuk siaran adalah amatir, istilah kaprah diberikan oleh kalau siaran cuma surat kartu dari pendengar. ada atau orang duduk penyiarnya siaran, biasanya orang-orang itu ikut ngobrol-ngobrol bersama di udara mengomentari surat yang sedang dibacakan atau ikut surat.

tertawa di (sementara sendiri tahu yang mereka kalau capek karena dan melulu, sebuah dipasang. tukang datang, pada berhamburan Rasanya dan sekali banyak mengirim atau pos. surat isinya meminta untuk biasanya didengar oleh penulis atau dikirimkan pacar teman-temannya. Kini Tahun 2013 Nah, Anda sekarang menjadi radio, cerita yang pada 35 yang Anda biasa frekuensi juga membandingkan saya zaman amatir" dengan radio-radio swasta zaman sekarang. Ternyata... nggak beda-beda amat.

Hampir semua siaran sekarang ada (kalau di acara) isinya sms, twitter BBM messenger) ataupun membacakan yang di Facebook tersebut. penyiarnya "Silahkan pendapat atau melalui ke sekian- sekian ke BB nomer Begitu di radio swasta, acara diisi penyiarnya atau yang dan bahkan terkadang berisik masing-masing saling sebelum lain menyelesaikan sampai-sampai sulit apa dikatakan.

Tak Tahu Musti Bicara Apa Kelemahan dari penyiarnya-penyiarnya adalah; tidak partner, atau kalau tidak ada sms, atau BBM, atau tel jadul) mereka tahu bicara Biasanya "cuap" semua tapi bisa ngelantur mana-mana jelas malah blank tahu mau apa sehingga kalau mulai atau barulah lagu Itu banyak penyiarnya yang majalah koran ketika sedang siaran, lalu membacakan isi berita dari koran/majalah itu kepada pendengar ataupun membacakan dari portal (dengan yang naif dan ...bahwa radio kebanyakan sempat koran majalah).

seperti juga terjadi penyiarnya-penyiarnya jadul juga radio (zaman sekarang). hanya ketambahan internet/website atau headline portal berita dan mengudarakan percakapan handphone. 200 Naif-nya Bagian Sales dan Pemasang Iklan Dulu saya jadi executive/salesman (tahun sering berkunjung Advertising menemui Manager.

kali menawarkan memasang di satu radio itu, selalu "berapa SURAT masuk acara Lucunya, salesman selalu dengan menyebutkan tertentu dilebih-lebihkan!). silahkan pula dengan radio sekarang juga Manager Advertising Perbedaannya cuma kata pertanyaannya, banyak yang di acara itu? Atau berapa telpon masuk di acara tersebut". Maka surat dan sms sekarang), jumlah masuk, jumlah BBM masuk, menjadi tolok ukur jumlah/banyaknya pendengar radio itu.

Cara berpikir dengan asumsi "sederhana" ternyata berubah sudah tahun Asumsinya: Kalau sedikit telepon masuk berarti acara ini Tetap Baik pihak radio pada Media Advertising Agency dan juga para client-nya. Surat Pembaca dan SMS/BBM/Twitter Saya tak pikir pandangan ini justru media Padahal mereka-mereka 'kan bisa secara logika menganalogikannya dengan rubrik "surat pembaca" di Koran/Majalah? Seperti kita semua ketahui, jumlah surat kepada redaksi (surat pembaca) di surat-kabar setiap harinya selalu banyaknya.

bukankah ada Media atau Account yang anggapan kalau surat lagi sedikit itu berarti jumlah pembaca surat kabar tersebut sedang menurun atau oplag surat kabarnya menciut. ada berpikir itu, ?? pikir sangat untuk kabar majalah, tidak hubungan antara surat dilayangkan meja redaksi dengan jumlah pembaca koran itu. Yang saya mengerti mereka bisa cara yang sama radio bahwa ada langsung jumlah yang kepada atau suatu di tersebut banyaknya jumlah pendengar radio itu.

Kok susah bener sih?! (arm) 201 ABC (American Broadcasting Company) .Dibentuk 1943. merupakan televisi radio Serikat. juga berita internet. televisi tersedia Amerika Kanada, Meksiko, dan Karibia, satu dari tiga jaringan televisi utama di Amerika. ABU (The Asia-Pacific Broadcasting Union). Asosiasi lembaga non-profit dibentuk pada n beranggotakan lembaga di negara wilayah, audien potensial sekitar 3 miliar orang.

ABU berperan membantu perkembangan penyiaran di wilayah Asia- Pasifik untuk kepentingan para ABU wilayah yang dari di hingga Samoa timur, dari di hingga Selandia Baru di selatan. Sekretariatnya terletak di Angkasapuri, Kuala Lumpur, Malaysia. A.C. Nielsens. Lembaga n internasional dilakukan Nielsen Media Research , menyediakan penelitian penonton dan radio nasional regional.

penelitian ini oleh Nielsen, dari pasar pada tahun 1920-an, kemudian berkembang menjadi analisis pasar iklan Baru pada tahun 1950-an melakukan penelitian khalayak penonton TV. Acceptance. Cabang stasiun penyiaran yang menerima acara dari suatu program siaran berjangkauan . Access. 1. Sistem yang suatu penyiaran atau untuk masyarakat kelompok di organisasi tersebut ikut suatu acara untuk melalui yang oleh penyiaran Namun kelompok tersebut bertindak produser. Program acara tersebut masih dibuat oleh organisasi penyiaran itu sendiri. 2. Waktu produksi untuk pada stasiun berlangganan Lihat PUBLIC ACCESS.

Account executive. Anggota dari suatu agen periklanan yang bertindak sebagai penghubung antara stasiun televisi dengan sponsor . Acoustic treatment. Penggunaan akustik dipasang permukaan untuk sifat akustik ruangan. Acoustic. Suara sebelum dipr media rekaman suara lainnya. Kata akustik berasal dari bahasa Yunani ?????st???? (

akoustikos), yang berarti pendengaran atau mendengar. Acoustics 1.

Ilmu suara, juga cara mengirim, akibat-akibat yang oleh tersebut. saja sini ilmu-ilmu mutu perekaman suara dan cara-cara mereproduksinya kembali. 2. Keadaan suara dari suatu ruangan, panggung/studio rekaman, auditorium atau benda-benda Glossary 202 lain seperti tirai, keadaan dekorasi, dan lain-lain yang mempengaruhi kualitas suara. Acoustical feedback. Reaksi antara dan r suatu si system (public address), yang menghasilkan suara mencuit atau mendengar. Acoustic board.

Papan yang dari yang suara. ini untuk suara. kedua dinding penyerap ini bahan- bahan menyerap seperti glass wool Bahan suara digunakan dinding ruang perpustakaan, yang penyekatan menjadi kedap suara dan juga di kotak loudspeaker. Across the mike. Berbicara bertingkah di mikrofon arah n arah penerimaan mikrofon.

merupakan teknik mengurangi desis mengganggu atau nada-nada frekuensi tinggi yang mengganggu. Ad lib. Berasal bahaslatin " artinya enaknya Improvisasi suatu adegan gambar tidak terlebih secara di atas Di musik menambahkan tertentu tidak di partitur. duradio Ad lib/s) berarti radio teks yang dan boleh diimprovisasi oleh penyiar. Advertising agency.

Perusahaan independen yang mempersiapkan iklan un merupakan saingan dengan pelanggan lain. Advertising council. Kelompok yang mensponsori materi jasa layanan masyarakat dengan bantuan beberapa agen iklan. Advertising director/manager. Pelaksana bertanggung untuk dan pembuatan iklan, berfungsi sebagai penghubung dengan agen iklan. Aerial. Bagian sistem atau yang atau gelombang-gelombang elektromagnetis.

Lihat juga Antenna. Agency of records. Agen mencari/menyalurkan di dan yang untuk biro iklan atau stasiun **penyiaran radio dan televisi** Air. Kata benda yang berarti penyiaran. Air date. Hari ketika suatu acara tertentu akan disiarkan. Air gap. Jarak antara elemen pada head perekam atau kembali. (magnetic recording or playback head). Air quality. Materi acara radio atau televisi yang dibuat sesuai dengan standar teknis penyiaran. Air waves. 1.

Medium pembawian radio at 2. Media penyiaran itu sendiri. AM Broadcasting. Proses radio menggunakan i (Amplitude Modulation /Modulasi Amplitudo). Ambient sound. Su utama. Ampere. Satuan besaran arus listrik. Amplifier. Peralatan elektronis yang digunakan untuk memperkuat daya, tegangan suatu sinyal elektronis. Amplitude modulation (AM). Moddari gelombang dengan mempengaruhi amplitudo pembawa amplitude modulasi yang Lihat FREQUENCY MODULATION.

sistem AM o pembawa (carrier) informasi dipancarkan sinus), untuk modulasi Frekuensi (FM) frekuensi gelombang pembawa dipengaruhi oleh amplitudo informasi yang dipancarkan. modulasi iniditemukan teknisi Kanada Reginald Aubrey 203 Fessenden (6 Oktober 1866 – 22 Juli 1932). Amplitudo. Besar suatu sinyal listrik dalam satuan volts. Harga puncak dari suatu bentuk gelombang. Analog.

Kata og dari Yunani, ana" berarti dengan "logos " berarti "hubungan Sinyal atau keluaran output) yang secara terus (continuously), sebanding parameter-parameter yang Contoh: analog adalah listrik levelnya sesuai amplitudo suara. Analog to digital converter. Unit yang untuk sistem analog sistem transmisi digital. Analog recording. Teknik sinyal atau analog diputar Perekam audio analog kali oleh Thomas Edison, untrekaman video analog ditemukan oleh Lumiere bersaudara. Android.

Sistem erasi uk seluler berbasis Android platform bagi para untuk aplikasi sendiri digoleh peranti Awalnya, Inc. Android pendatabaru membuat peranti untuk Kemudian mengembangkan dibentuklah Handset Alliance, konsorsium dari 34 perusahaan peranti keras, peranti lunak, dan telekomunikasi, termasuk Google, HTC, Intel, Motorola, Qualcomm, T-Mobile, dan Nvidia. Anechoic chamber. Ruang kedap digunakan menguji akustik.

untuk (akustik) terdapat juga, ruang bebas gema untuk pengukuran frekuensi tinggi. Announce booth. Bilik kecil kedap suara dilengkapi dengan panggung kecil atau dekorasi digunakan untuk rekaman penyiar tunggal (penyiar berita, penyiar kontinuitas, dan lain-lain). Announcement. Pada acara komersial, "Kita akan kembali setelah pesan-pesan berikut ini." Announcer.

Tokohorang pria wanita) dididik membaca majalah udara suatu radio, yang oleh stasiun atau program acara yang akan disiarkan. Announcer ini biasa disingkat dengan ANNCR. Arthur Charles Nielsens. Pendiri penelitian penyiaran dan dilahirkadi Illinois. tahu1942 menerbitkan peringkat penyiaran nasional, kemudian tahun 1950 dengan indeks khalayak penyiaran televisi. Audience rating.

Setiap limaupun yang oleh ketika suatu film, siaran radio atau televisi. Audience research. Cara data/informasi bidang untuk tertentu, termasuk: 1. Untuk keberhasilanstasiun di menyampaikan dan/atau kepentingan tertentu yang bersifat politis; 2. Untuk umpan yang suatu mata atau seseorang/beberapa orang melalui media penyiaran; dan 3.

Di bidang penyiaran acara komersial, untuk mengetahui waktu yang paling tepat bagi

penyiaran iklan. Masalah audience research ini berkenaan dengan kemampuan dan kenyataan penonton/pendengar suatu televisi/radio, lainhal-hal berkenaan beberapa seperti jumlah sifat-sifat (jenis usia, bangsa, status, hal-hal disenangi suatu televisi/radio, penonton/pendengar (pendapat/kepercayaan kebenaran program televisi/radio), hal yang tidak boleh dilupakan ialah tentang mutu penerima siaran dari suatu stasiun penyiaran. **Pengumpulan data dapat dilakukan dengan** beberapa sistem penelitian, seperti: 1.

Menghitung jang menerima acara televisi atau acara radio tertentu. 2. Menganalisis penonton/pendengar surat- yang oleh 204 stasiun penyiaran. 3. Menggunakan metode sampling a. menelpon penonton/pendenga di rumah-rumah. b. menggunakan alat pengumpul data secara mekanis, yaitu dengan memasang alat khusus pada penerima dapat kapan penerima dihidupkan dan dimatikan, saluran berapa siaran yang dipilih. c. menggunakan buku yaitu cara penonton/pendengan acara selalu kebiasaan di melihat televisi mendengarkan acara radio); atau d.

mengirimkan daftar kepada melalui kemudian mewawancarainya secara langsung di kemudian hari. Audio. 1. Merujuk pada atau hal-hal yang berhubungan dengan suara. 2. Suara termasuk diantaranya dialog, musik, narasi dan suara e sound efect). 3. Alat komponen digunakan mereproduksi seperti pada penerima. 4. Batas-batas spektrum frekuensi atau sinyal suara yang dapat Audio frequency. Biasanya gelombang ra bisa (antara Hz 20.000 Standar untuk rendah adalah Hz, rendah (mid 60~240 nada (mid 240~1.000 nada tinggi treble) ~ 3.500 Hz, dan nada tinggi (treble) 3.500~10.000 Hz. Lihat HERTZ.

Audio level. Amplitudo suatu nyal Semakin amplitudo audiomaka keras suara yang terdengar. Audiospace. Hanya petunjuk penonttentang keadaan pendengaran. istilah merujuk suatu dapat dimanipulasi rupa menghasilkan kesan tertentu bagi penonton. Audiotape. Pita yang dengan oksida yang digunauntuk suara secara Lebar yang adalah inchi, inchi, inchi, inchi, 2 pada gulungan hingga mencapai panjang 7.200 feet. Audio track.

Daerah pada audio video membawa suara. mesin pita audio berisi beberapa suara yang direkam pada beberapa audio track (jalur audio) terpisah. Audiophile. Berasal Bahasa yaitu yang mendengar "philog" artinya menggemari. audiophile orang selalu hasil rekaman dengan menggunakan peralatan audionakan meliputi pemutar rekaman pre-amplifier, izer, loudspeaker/headphokualitas yang didengarkan di ruangan khusus dengan dinding akustik sebagaimana di studio rekaman,. Baffle. 1.

nding/penyekyang dipberupa glass-wool atau penyekat yang di dekorasi obyek yang

untuk menyerap suara dan/atau cahaya serta menghindari echo (gema). 2. Layar lebar yang dapat untuk perspektif memisahkan acara sama untuk pengambilan secara khusus, 3. Alat yang dipasangkan pada suatu mikrofon. 4. Cara efek yang antara loudspeaker loudspeaker sendiri. Balance (audio). 1. sumber-sumber pada program radio/dalam antara masing-masing perspektif suara. 205 2.

Sound balance berarti relatif amplitude suara digabungkan menjadi hingga suatu acara. Komponen-komponen suara dapat berupa dialog dengan musik latar belakang (pengiring), penyanyi tunggal paduan atau alat yang pada musik orkestra. 3. sunan suara, loudspeaker rupa sehingga kesan seperti tempat berlangsungnya musik dengan di pendengar/ penonton.

Suara yang keluar dari loudspeaker diharapkan menghasilkan efek reproduksi yang wajar dan asli. Bandwidth. 1. Daerah lebar frekuensi yang diperlukan untuk memancarkan sinyal audio 2. transmisi sambungan seperti bus dan kanal. Biasanya dengan bit per second Hertz. ditulis Hertz, maka bilangannya menjadi lebih besar dibanding jika dituliskan dalam bit per second. Bassy.

Merupakan biaya bila suara berasal sinyal (bisa dari audio mixer ataupun play-back suatu tape recorder) yang kurang mengandung frekuensi tinggi. Below The Line. Segala marketing promosi dilakukan tingkat dengan satu adalah konsumen aware produk. program bonus/hadiah, event, pembinaan konsumen. Below the-line-costing. Dalam biaya (direct costing) adalah bentuk jumlah Seluruh termasuk dihitung sebenarnya, rata-rata atau pro rata dan termasuk di dalam sistem keseluruhan anggaran.

Bluetooth . Teknologi antarmuka radio yang bekerja pada gelombang 2,45 GHz. Merupakan hasil kerja bareng Nokia dan yang penggabungan mobile computing dan mobile communication. Nama etooth diambil nama Viking Harald (Bluetooth), yang lidah Inggris Harold Menurut si doyan makan blueberry, sehingga giginya berwarna biru. Boomy.

Distorsi (Distorsi) yang dengan resonansi batas dari daerah rendah sehingga rendah akan kedengaran lebih keras dan lebih lama dari suara aslinya. Booster. Stasiun atau yang sinyal radio televisi, memperkuat dan memancarkannya kembali pada frekuensi yang berbeda. British Broadcasting Corporation (BBC) . penyiaran di Dibentuk tahun merupakan stasiun Layanan BBC Britania lain BBC BBC BBC saluran berita News, dua anak-anak, Channel CBeebies.

One Two diterima dengan transmisi analog sedangkan sisanya digital. BBC juga mengelola sebuah stasiun yang dikhususkan politik, Parliament, menyajikan Parlemen

Skotlandia, Parlemen Eropa serta Senat Amerika Serikat. Operasi BBC dijalankan oleh BBC Worldwide termasuk saluran televisi internasionalnya seperti BBC World News, BBC Prime, BBC America, BBC Canada dan BBC Japan. Broadband.

1. Istilah yang mengacu pada kapasitas lebar-jalur (bandwid multi-kanal lebih dari sama 45 (standar atau Mbps internasional /Eropa). 2. Informasi atau bandwidth pita) sebuah komunikasi. dalam komunikasi digital umumnya di per detik. 206 Broadcast quality. Istilah yang diguna persyaratan-persyaratan teknis yang telah ditetapkan oleh suatu standar untuk penyiaran terbuka. Broadcaster.

Badan, perorangan secara diizinkan mengelola stasiun penyiaran. Broadcasting. Pemancaran setiap komunikasi secara melalui elektromagnetis dimaksudkan diterima (umum) secara maupun melalui stasiun perantara atau stasiun penghubung. Broadcasting satellite.

Satelit yang digunakan untuk memancarkan kembali sinyal yang diterima dari stasiun bumi secara gsung masing-masing penerimaan pesawat di tanpa staiun mi Teknologi semacam telah pada 1975 digunakan untuk suatu melalupesawat khusus suatu masyarakat, kemudian dibagi-ba atau melalui lain sejenis. yang langsung penerima biasa di bumi tanpa melalui stasiun bumi telah dimulai sejak awal tahun 1985. Cable/cable link.

Menyalurkan/mengirimkan informasi Jalur/kabel berupa kembar yang pelindung pelindung menyalurkan audio sistem balance atau menggunakan kabel untuk sinyal Dalam saluran transmisi dapat lebih satu (channel) dengan cara modulatertentu. pemancar dihubungkke pesawat penerima menggunakan asal pengirimannya begitu (atau menggunakan penguat mencapai pengiriman Cara ini digunakan suatu rangkaian tertutup seperti dijumlahi universitas, rumah sakit atau suatu kota yang kecil. Cable radio FM).

siaran melalui coaxial yang pada televisi Embrio radio/televisi diawali menyalurkan siaran dan dari milik diperkuat dibagikan rumah-rumah. hal dilakukan di daerah-daerah yang kesulitan menerima siaran radio dan televisi. Communication process. Proses yaitu penyampaian/pengiriman (dipancarkan) saluran i dan oleh Istilah digunpara sosiologi untuk menyatakan hubungan yang menyeluruh dari komunikasi, yang melib saluran, penerima, dan penonton. Community antenna. Satu televisi radio digunakan lebih satu penerima. Biasanya ini pada yang dan atau bertingkat (flats).

Community receiver. Pesawat penerima radio atau televisi yang ditempat kelompok an agar dilihat, dengar digunakabersama-sama bebas oleh seluruh anggota masyarakat

atau kelompok tadi. DAB (Digital Audio Broadcasting). radio yang pada teknologi berasal Eropa. Teknologi yang dikenal Eureka 147 dikembangkan awal 1980- an.

pertama oleh negara Eropa, ini diadopsi lebih 40 di Teknologi MPEG-1 Audio Layer II audio codec ini dan dikoordinasikan WorldDMB . November 2006 teknologi yang lebih yang HE-AACv2 audio codec, juga sebagai eAAC+ . dengan MPEG Surround format, dan memiliki error correction coding yang lebih kuat bernama Reed- Solomon coding .

DAB bekerja frekuensi III (Very High Frequency) 174-216 MHz yang saat ini digunakan oleh siaran TVRI. Decible atau dB. 1. Satu mengukur besaran suara, yaitu sepersepuluh BEL (Disin 2. Satu untuk mengukur ataupun suatu elektronis suatu penguatan atau damping). 207 3. Pengukuran yang sanya di audio tuk kepekaan dan inten tekanan suara (sound pressure) dan kemudian diwariskan penggunaannya di bidang elektronika audio Misalnya televisi, suatu televisi Signal to noise ratio 53 dB. Decoder. Suatu alat yang dap atau sebaliknya. Decoding.

Mengubah sinyal digital menjadi bentuk analog, atau bentuk lain dari sinyal digital itu sendiri. Demodulation. 1. Metode k informasi yang dalam tertentu telah termodulasi) pada sinyal frekuensi radio (RF). 2. Proses memisahkan sinyal infor yang telah dimodulasi. Digital. Istilah menggambarkan sistem penyandian sinyal signal encoding).

bidang elektronika, menyatakan sinyal dibuat rangkaian binari mempunyai tersendiri, dinyatakan harga-harga dan dan sebagai pulsa-pulsa dan untuk harga-harga dan tadi. pada setiap peralatan yang menggunakan rangkaian digital atau logic. Digital radio. 1. Sinyaudio dikonversidigital, menggunakan seperti dan ditransmisikan skema digital.

adalah meningkatkan jumlah radio spektrum diberikan, kualitas menghilangkan audio memudar bergerak, layanan datacasting dan mengurangi transmisi jumlah yang diperlukan menjangkau wilayah. 2012, empat radio nirkabel diakui (ITU-International UnionSistem adalah penyiaran digital dan (Digital Mondiale) ISDB-T (Jepang), dan HD-Radio atau IBOC (AS). 2.

Teknologi digital yaitu dan frekuensi komunikasi dimana informasi serta digital oleh digital, menggunakan metode modulasi digital. Digital transmission. Pengiriman fisik melalui kanal point-to-point point-to-multipoint , berupa gelombang Setelah dikirim ke tujuan/penerima, data tersebut dapat disimpan kedalam media penyimpanan. DMB (Digital Multimedia Broadcasting).

transmisi digital dikembangkan Korea Teknologi merupakan IT yang mengirimkan multimedia seperti radio, data perangkat seperti dan phone. ini sering sebagai TV

teknologi mendukung siaran di seluler. juga sebagai digital menggantikan FM. ini MPEG-4 10 untuk Video MPEG-4 3 atau HE-AAC untuk audionya. dan kemudian encapsulate pada 2 Stream DMB mengantongi ETSI 102 dan 102 ini menggunakan OFDM-DQPSK meminimalisasi fading shadowing (gambar Berdasarkan coba Korea teknologi diaplikasikan kendaraan masih mengirimkan TV radio gangguan, disiarkan dalam sekitar DMB beroperasi satelit dan terrestrial transmitter (T-DMB).

DRM Radio Seperangkat penyiaran digital dirancang konsorsium Radio France Internationale, TéléDiffu America, Telefunken (sekarang-Transradio), dan (sekarang-Technicolor bekerja pada yang penyiaran DRM memberikan suara FM 208 pada frekuensi di bawah 30 MHz dan menggunakan codec MPEG-4. DRM +. Pengembangan teknologi oleh konsorsium DRM sejak Maret 2005 dengan menggunakan band VHF hingga 108 MHz. DRM (Digital Right Management).

Terminologi merujuk sejumlah yang penerbit atau pemilik hak cipta untuk melakukan akses kontrol pada penggunaan data digital atau perangkat keras. Kurang lebih mirip dengan perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI). Echo. 1. Pengulangan suara sama terdengar selang waktu Salah penyebabnya pantulan gelombang-gelombang yang benda-benda pemantul suara lebih dari satu kali, sehingga sumber suara tadi dapat terdengar beberapa kali. Di dalam bahasa Indonesia Echo ini disebut dengan istilah GEMA. 2. Efek reverberation (gaung) yang Reverberation.

Echo Chamber. Susunan labirin di dipasang akur mikrofon dipasang jarak Selipperlambatan dari menuju dapat efek gema buatan. FCC (Federal Communication Commmission). Lembaga yang telekomunikasi penyiaran radio dan televisi di Amerika Serikat. FDR m si Ajang antara dan penyiaran (diskusi tukar informasi) bagi para pemilik, praktisi, pendengar, narasumber, pemasang iklan, dan pengamat radio siaran.

FDR Indonesia berdiri 17 November 2007 dan beranggotakan lebih dari 3.000 personal. Frequency Digunakan untuk menyatakan jumlah detik. Frequency (frekuensi) dinyatakan satuan Hertz Cycles per second per detik). Misalnya, frekuensi radio. Frequency Modulation. Mengirim informasi frekuensi rendah dengan mengubah frekuensi gelombang radio tadi/ carrier mempengaruhi donya) dengan amplitude Semakin besar amplitude semakin pula frekuensi radio tadi. Modulasi oleh insinyur Amerika Edwin Armstrong (1890–1954). Frequently Asked Question .

Kumpulan pertanyaan yang sering diajukan oleh pengguna beserta jawabannya. I Boc (In-band on-channel). Teknologi digital bekerja menggabungkan sinyal audio dengan audio agar eroleh kompatibilitas penyiaran analog penyiaran digital, pada AM FM. penyiaran digital yang disebut "HD-Radio " oleh iBiquity secara telah ditentukan sebagai

sistem penyiaran radio digital di Amerika Serikat.

ITU (international telecommunication union). Organisasi yang untuk dan meregulasi dan internasional. didirikan International Union Paris tanggal Mei Tujuan meliputi pengalokasian spektrum dan perjanjian interkoneksi negara-negara berbeda memungkinkan telepon Fungsibagi hampir dengan UPU layanan ITU salahsatu khusus yang bermarkas di Jenewa, Switzerland, di samping gedung utama kampus PBB. Microphone.

Alat yang dapat mengubah gelombang-gelombang tekanan udara yang terdapat pada suara menjadi perubahan arus atau tegangan listrik, digunakan untuk rekaman atau memancarkan suara. Biasanya disebut sebagai mic atau mike. Bi directional microphone. Salah jenis yang menerima yang dari dua arah yang saling berlawanan dengan kepekaan yang sama atau hampir sama. 209 Carbon microphone.

Jenis mikrofon yang cara kerjanya berdasarkan perubahan-perubahan tahanan dari tumpukan butir-butir arang karena pengaruh perubahan gelombang suara. Cardiode microphone. Jenis yang polakepekaan yang jantung. Condenser microphone. Jenis yang diafragma membentuk penghantar kondensator kapasitasnya sesuai perubahan gelombang-gelombang suara yang mengenai diafragma mikrofon tadi.

Perubahan reaktansi kapasitif ini mengakibatkan terjadinya perubahan arus yang dikeluarkan sebagai sinyal suara (sinyal audio). Crystal microphone. Salah satu jenis mikrofon yang prinsip kerjanya berdasarkan pada prinsip-pri bahan tertentu dapat muatan-muatan pada permukaan tertentu mengalami mekanis berasal gelombang Jenis ini harganya dan jutidak jelek menggunakan "Rochelle Salt Bimorph Crystal".

Tersedia pula bentuk miniatur, dani, cocok sekali digunakan sebagai lapel button microphone (mikrofon kecil seperti kancing baju). Disingkat Xtal Mic. Directional microphone. Jenis yang berbeda-beda dengan sumber suara. Dynamic microphone. Jenis yang kumparan (moving coil) merupakan mikrofon kokoh, yang terkena tekanan akan diafragma Dan diafragma dilekatkan atau kecil.

mikrofon cenderung directional microphone untuk tinggi dan tetap non directional microphone untuk frekuensi-frekuensi rendah. Electromagnetic microphone. Jenis yang dasarkan prinsip-prinsip elektromagnetis; jenis mikrofon dinamik atau moving coil. Gun microphone. Jenis yang suaranya terarah satu Disebut gun microphone karena bentuknya yang panjang seperti senjata (bedil). Lapel Microphone.

Mikrofon kecil yang dapat dipasang padacoat lapel). Lip microphone. Mikrofon

penggunaannya cara dekat bibir komentator. Moving coil microphone. Salah satu jenis mikrofon yang cara kerjanya berdasarkan arus listrik yang dihasilkan proses kumparan diletakkan magnet; melalui getaran-getaran suara mengenai menggerakkan bergerak moving coil). Neck microphone.

Mikrofon dikalungkan leher disembunyikan dalam Mikrofon uni sangat luwes pemakaiannya dan dapat digunakan sambil bergerak-gerak atau berjalan- jalan bila dilengkapi/dihubungkan dengan pemancar kecil. Omni directional microphone. Salah jenis yang mengambil yang dari semua arah dengan kepekaan yang sama. Parabolic microphone. Mikrofon menggunakan (alat yang parabol yang dapat wasit pada peristiwa olah raga. Radio microphone.

Salah bentuk yang ngkan kecil disembunyikan dalam atau balik seorang acara. sinyal ini terima juru suara menggunakan penerima dari yang dekat, semua atau dapat dan kamera pengisi menjadi semakin tidak terbatas lagi. Ribbon microphone. Lihat velocity microphone. Uni directional microphone. Mikrofon yang hanya peka terhadap suara-suara yang datang dari satu arah saja. Velocity microphone.

Mikrofon bekerja meletakkan pipih yang tekuk antara tiang Bila suara logam atau ribbon " maka logam tipis tadi akan bergetar, sehingga menyebabkan timbulnya arus induksi pada logam tipis tadi. Jenis mikrofon semacam ini juga dikenal sebagai ribbon microphone. 210 Microphone boom. Istilah populernya adalah mike boom. Lihboom. Microphone shadow. Bayangan yang oleh mikrofon masuk menghalang-halangi studio sedang untuk dekorasi obyek pengambilan gambar. Microphone bars.

Garis-garis terang gelap tampak layar televisi secara tidak menentu yang bergerak ke arah vertikal. Mixer audio. Konsoconsole) pengon satu. Modulation. 1. Teknik menandigital dalam pembawa gelombang ra 2. Perubahan amplitudoatau pembawa sinyal yang berasal dari sinyal audio, video, atau informasi lainnya. Module/modular. Cara dari peralatan yang dalam sistem terdiri unit-unit peralatan sehingga modul dimasukkan dipasangkan sama , dasar nantinya diperluas ditampa melakukan perubahan yang berarti. NAB (National Association of Broadcasters). Asosiasi, pekerja, kelompok yang kepentingan-profit penyiaran dan televisi Amerika NAB lebih dari 8.300 stasiun penyiaran radio dan televisi terrestrial serta jaringan siaran. Noise. 1. Suan. 2.

Untuk video, noise berupa titik-titik kecil tidak pada layar atau pembesaran sinyal yang pada oscilloscope atau monitor waveform. 3. Titikabu-abuterang, gelap, putih hitam terdapat seluruh gambar televisi. 4. Interferensi : yang berita/pesan bagian berita/pesan yang mungkin komunikaJadi noise perbedaan penyampaian berita/pesan informasi diterima, diperkirakan berasal sumber diinginkan. Noise level. Tingkat suara atau

suara-suara lain yang tidak diinginkan yang terdengar sebagai suara latar belakang atau pada rekaman. Nux radio.

Aplikasi pin bisa mendengarkan radio seluruh Indonesia yang sudah memiliki streaming server. OB. Kependekan untuk outside broadcast atau siaran luar. OB van. Sistem pengontrolan radio televisi dapat dah-pind(mobile) dengan perangkat yang Misalnya mikrofon Biasanya pengontrol tadi ditempatkan pada sistem kendaraan besar (Van). Off-mike. Diarahkan menjauhi mikrofon, misalnya untuk memberi kesan suara terdengar dari jauh. Pitch.

Letak bunyian a skala bergerak rendah tinggi tangga musical scale). Pada dasarnya pitch ini tergantung pada frekuensi. Tetapi pemisahan manusia juga dipengaruhi oleh tekanan suara atau loudness. Programme 1. Pokok yang dapat sendiri drama, dokumenter, feature), salah pilihan yang berdiri (misalnya acara musik, shountuk acara aran atau Karena pembuatan acara 211 merupakan yang dengan dan sejumlah yang digabungkan menjadi satu dan membentuk acara yang menyeluruh. 2.

Serangkaian acara direncanakan menyeluruh yang berasal dari stasiun network) yang terdiri dari acara-acara yang dapat dilihat satu atau malam. karena di perencanaan siarannya kegiatan pemilihan penyusunan acara disiapkan mencakup hal berkenaan hasil stasiun jaringan pada waktu Lihat sponsored programme, sustaining programme, telecast. QAM amplitude Sebuah skema yang data mengubah amplitudo dua pembawa. gelombang biasanya gelombang yang fasa 90° disebut quadrature.

(dari Wikipedia Indonesia) QPSK fase keying). modulasi mengirim digital menggeser gelombang Untuk informasi diperlukadua gelombang pembawa yang masing-masing berbeda fasa 90° . Radio. Penggunaan elektromagnetis memancarkan menerima atau a-pulsa trik menggunakan penghubung. arti lebih istilah ini mencakup radio dan televisi. Radio 2.0.

Radio masa depan yang memanfaatkan perkembangan internet terkini (Web 2.0) dan media sosial Radio automation. Sistem Informasi Teknologi (IT) yang memungkinkan tim radio menjalankan proses kerja stasiun penyiaran radio secara optimal, termasuk di dalamnya sistem player (di ruang siaran, digunakan oleh operator atau traffic/ad scheduler iklan, nakan traffic staff), program scheduler perencanaan siaran, digunakan program director), music scheduler (ba music director), news scheduler (bagi radio berita, digunakan oleh news editor), dan beberapa opsi aplikasi lainnya terkait interaksi dengan pendengar seperti sistem pengelolaan telepon, SMS, media sosial (FB/Twitter), website, dan lain lain. Radio frequency.

Spektrum pengiriman informasi gelombang-gelombang dari 10KHz. S.d. 100 GHz. Radiophonics. Suara murni yang dihasilkan secara elektronis; sistem yang banyak sekali unakan memperoleh atau impresi pada acara televisi. Radio-vision. Gabungan antara yang suara sound broadcasting) rekaman (audio tape recording) film keperluan Pada siaran berlangsung, dalam seorang mengikuti yang n siaran tadi sambil film pada Sebagai cara dapat rekaman suara yang berisikan uraian tema-tema tertentu tadi yang diputar melalui audio tape recorder. RCS.

Perusahaan teknologi yang memberikan aneka solusi dalam industri penyiaran digital melalui berbagai varian produk aplikayang gkannya. aplikasi antara meliputi NexGen, Control , (Otomatisasi GSelector, SQL, Linker SQL (Penjadwalan musik); RCSnews (Produksi berita); Airwaves, Aquira (Trafik). Re-broadcast : Siaran ulangan yang berasal dari hasil rekaman. Receiver. Alat untuk sinyal-sinyal berasal (dapat siaran atau televisi). Reception : 1.

Kualitas gambar dan/atau suara yang diperoleh pada pe 2. Penerimaan sinyal radio atau televisi. Record, recorder, recording. Pembuatan siaran bentuk atau permanen, apa terjadi audio recorder suara) video recorder suara 212 gambar) atau dalam bentuk film. Record library. Perpustakaan gramofon (gramohphon records) dipunyai radio untuk digunakan sebagai musik latar belakang atau bahan-bahan siaran lainnya. Recorded programme.

Acara yang terdiri dari bahan-bahan siaran yang telah direkam. Relay. 1. Melewatkan sinyal dengan penerimaan pemancaran dengan menggunakan stasiun pengulang atau stasiun penghubung. 2. Sisterelay, pengiriman radio televisi melalui atau gelombang-gelombang elektromagnetis (gelombang radio). 3. Salasatu saklar yang dengan elektromagnetis. Relay station.

Staspenghubun menerima gambar suara berasal stasiun penyiaran induk dan memancarkannya kembali ke stasiun penghubung kedua atau stasiun pemancar. Reverberation. Salah satu jenis gema yang dibuat secara mekanis atau elektronis. Lihat echo. Reverberation unit. Peralatan elektronis atau mekanis untuk menghasilkan gema; lama dan jumlah perlambatannya harus dapat diubah-ubah sesuai dengan keinginan. RF.

Kependekan untuk radio frequency . Ride gain. Mengubah penguatan sinyal (gain) yang terdapat pada konsol pengontrol. Run-down. Intisari dari aksi yang terjadi pada acara. Running order. Jadwal menunjukkan tan gambar informasi- informasi lain yang diperlukan pada acara. Running time. Menghitung waktu siaran televisi/radio yang sebenarnya. Shoutcast. Perangkat untuk streaming internet.

lunak dikembangkan oleh soft li AOL tanggal juni memungkinkan audio terutama MP3 HE-AAC ke dari lunak media player, memungkinkan "stasiun"radio Umumnya, internet menggunakan shoutcast akan tampil dalam direktori situs radio shoutcast. Sound. Menyatakan bagian perekaman suara, atau merekam suara untuk pengambilan gambar. Sound control. Ruangan pengontrol untuk melakukan operasional dan pengaturan mutu suara. Sound effects.

Cara memperdaya telinga dengan merekam suara-suara yang sebenarnya atau suara-suara buatan dengan teknik-teknik tertentu hingga diperoleh hasil suara yang menyerupai suara aslinya. Telecommunication. Pengiriman penerimaan dari jauh menggunakan elektromagnetis, baik melalui kabel atau gelombang radio. Transmit. Mengirim suara gambar dari pemancar pesawat (radio televisi) agar suara atau gambar dari stasiun pemancar dapat didengarkan dan dilihat kembali. Transmitter.

Alat untuk sinyal-sinyal video, sinyal-sinyal telah (coded signal) menjadi frekuensi yang dimodulasi, merambat bentuk gelombang-gelombang elektromagnetis. WAP (Wireless application protokol). Standar protokol yang perangkat nirkabel seperti telepon seluler atau pemancar radio bisa mengakses internet. WAV. Disebut waveform audio format. Salah format yang diterapkan telepon Unggul dalam menjaga kualitas suara seperti aslinya, tetapi sangat boros dalam pemakaian memori.

213 Bari M., " Teknik dan Komunikasi Penyiar-Televisi-Radio-MC Gramedia Utama, Jakarta. Bovee, L. Thill, V. 1995 Busniness Communication Today, States America, McGraw-Hill, Inc C. Book,Albert ; Cary,Norma D. ; Tannenbaum,Stanley I. , 1995 , The Radio & Television Commercial , Third Edition, Lincolnwood,Illinoiness Book.

Chantler, Paul and Harris, Sim ; 1992 , " Local Radio Journalism " , Focal Press, Oxford Chester ; G.r. Willis , , Television And Radio, Edtion, York, Meredith Corporation Davis, P.; , , The Effective Use Of Advertising Media Century Random House , London Departemen Pendidikan dan kebudayaan, 1997, "Kamus Besar Bahasa Indonesia", Balai Pustaka, Jakarta Devito, Joseph A., 1997, " The Elements Of Public Speaking ", Longman , New York Dominick, Joseph R.,

1983, " The Dynamics of Mass Communications ", Random House, New York. Effendy, Onong Uchjana, 1991, " Radio Siaran – teori & praktek ", Mandar Maju, Bandung Epping,A. O.F.M;Stockum Th.C.;Juntak, S.F.; 1983, "Filsafat Ensie", Jemmars, Bandung. Fisher, Hal; 1997, " How To Become a Radio Disc Jockey ", Tab Books, USA . Gough, 1996, Perencanaan Produksi Radio, Ari Maricar, Koesmiharto, Manual Media (Asia-Pacific For Broadcasting Devel Harliantara, " Pengaruh Iklan Terhadap Khalayak, Magiser Ilmu

Komunikasi , Universitas Dr. Soetomo Surabaya . Hilliard, Robert L.,

1974, " Radio Broadcasting ", A Communication Arts Book, New York, USA Jacobi , Jeffrey , 1996 , " The Vocal Advantage " , Prentice Hall , Englewood Cliffs, USA Jefkins , Frank , 1996 , " Peri Kapisanan ngmga Brodkaster sa Pilipinas (KBP), 1996, " Media Factbook ", Makati City, Daftar Pustaka 214 Kasali, Rhenald , 1993 , " Manajemen Periklanan , Cetakan Ketiga, Jakarta, Grafiti Keirstead, Philo O.

; 1976 , " Journalist's Notebook Of Live Radi Leedy, D, Practical Planning Design, Edition, York, Publishing Company. List 2001, Khalayak Jakarta, The Embassy, Line Media Informasi & Advertising Littlejohn, Stephen W, 1996, Theories of Human Communication, Fifth Edition Belmont, California, Wadsworth Majaro, Simon, 1993, " The Essence of Marketing ", Prentice Hall International, UK Mary Collins, 1993, " National Mulyana, Deddy , 2001, " Ilmu Komunikasi- Suatu Pengantar ", PT.

Remaja, Rosdakarya, Bandung Mytton, 1999, Riset ayak, UNICEF, BriEmbassy, Jakarta Office O'Donnel, Lewis ; ; , Modern Production, Edition, Belmont , California, Wadsworth Publishi Peter, Thomson, 1996, " The Sreet Of Communications ", Simon & Schuster, London Prayudha, ey, " : Pengantar Wacana PraktiPenyiaran", Bayumedia, Malang Radio Advertising Bureau, 2002, " Radi Rhoads, B. Eric; Bunzel Radio – Complete Operations , Two Programming Promotion , Streamline Press, USA.

Schulberg Pete , Advertising The Handbook, Edition, Lincolnwood, Illinois USA , NTC Business Book Staton, William J. ; Etzel , Michael J. ; Walker Bruce J. , 1991 , " Fundamental Hill, USA Straubhaar, Joseph; Robert 2000 " Now Communications in Information Age " , Wadsworth , United States of America The Arbitron Company in Cooperation with the Radio Advertising Bureau, 1995, " Media Targeting 2000 ", New York, USA The Arbitron, 1995, " Radio Today ", New York, USA Thorndike, E.L.

; Barnhart, Clarence L. , 1959, " Junior Disctionary ", Scott, Foresman And Company, USA Vitt, B., Used Broadcast dalam Barton Handbook Advertising Management, Mc. Graw Hill, New Jersey Wahyudi, J.B. , 1994, " Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran " , Gramedia Pustaka Umum, Jakarta Walter, Roger L., 1994, " Broadcast Writing: Principles and Practice ", McGraw-Hill, USA Watson, Anne, A ctionary Communiand Studies, Edition, New Delhi, Universal Book Stall.

Weinberger, Marc G.; Campbell, Lel Books, New York. 215 TENTANG PENULIS 216 Harliantara Harley Prayudha adalah salah satu praktisi penyiaran Indonesia. Lulusan Filsafat & Sosiologi IKIP Bandung, Diploma Managerial Principles Stamford College Singapore, dan Magister Ilmu Komunikasi Dr. Soetomo Surabaya serta Kandidat Doktor

Ilmu Komunikasi UNPAD Bandung. Berkarir dalam dunia kepenyiaran. Tahun 1991 sekolah manajemen Stamford Singapura.

Setelah selesai sekolah tahun bergabung Radio Trijaya Jakarta. tetapi 1993, Harley dipercaya mengelola "SCFM" yang bernaung dibawah Trijaya FM Group Jakarta yang melakukan ekspansi Radio networking di Su di Surabaya, Harley Prayudha tahun selama bulan kesempatan dunia undangan Amerika melalui (Departemen AS) di kota Serikat "Internasional Program - Manajemen (Washington New Atlanta, City, Missouri, Orleans, Berkeley, San Kemudian Bulan tahun Harley menjadi wakilan untuk "International Conferences" di DC.

masalah Suratas Voice America disponsori oleh USAID. nya AS, Prayudha bulan tahun bergabung Suzana hingtahun menjadi Manager FM" Harley Prayudha kiprah kepenyiaran sebagai Konsultan , dimulai dengan menset-up manajemen Radio " Classy FM" Padang Radio Camar " .

Bulan – 2001, sempat terlibat dalam mengantarkan on air perdana sebuah stasion televisi lokal " JTV " di Surabaya milik Jawa Pos Group Program namun Prayudha menetapkan hati ke penyiaran tepatnya tahun 2001 prayudha kesempatan ikut konsep manajemen o Mandiri " Pekanbaru milik Riau setelah kemudian Radio Giga " untuk dibenahi sebelum tangankan pengolala Perjalanan Konsultan radio terus berlanjut dengan menset-up Radio " Sangkakala Borneo FM" Balikpapan, " ara " TengTimur, Jossh FM , FM Pontianak.

Namun seiring perjalanan karirnya sebagai seorang konsultan radio, Harley Prayudha juga mitra di Delta " yang radio Masima Corporation gtahun Tahun sejenak Direktur Anak yang menetapkan ke dengan di Corporation 217 mengelola radio Kosmonita, Surabaya, FM dan dan Makobu FM Malang. Tahun Maret 2012 bergabung dengan MRA Broadcast Media mengelola radio Bandung : FM I-Radio.

lainnya, Juli hinggini Direktur NEW FM Harley selain menjadi seorang praktisi penyiaran, juga mengabdikan diri pada dunia keilmuan sebagai instruktur dan seminar JohnRobert Indonesia bidang Skill" yang sejak 1995 ga menjadi tetap di - Petra Surabaya serta dosen Manajemen Media di Unitomo 2005 gkini.. Tahun hingsekarang sebagai di – UNPAD dosen penyiaran FIKOM UNPAD Bandung & STIKOM Bandung.

218 ANDI RUSTAM J abatan Andy hingApril adalah Administrasi Support SerPT Bintang k. General setelah pada 2001 2003 menjabat Ketua Audit pertama perusahaan tersebut. selama lebih tahun berkarir dalam asuransi melainkan dalam bidang Marketing Setelah pendidikan Fakultas Universitas jurusan Elektro tahun dan melanjutkan Delft of jurusan

Matematika Negeri hingga tahun ia Indonesia mengambil pengetahuan Manajemen Pemasaran pada Lembaga Pendidikan Pengembangan Manajemen di Jakarta sambil bekerja di perusahaan iklan luar-ruang.

Tahun 1978, ia sempat magang di Manila Broadcasting (Radio The Tahun ia private course & cing seorang dari Bailey of Seattle , dan 1987 mengikuti program di stasiun radio di enam negara bagian di Amerika Serikat yang dibiayai oleh pemerintah Amerika Serikat. Dari 22 negara peserta, 5 negara terbaik salah satunya adalah Indonesia yang diwakili olehnya.

Sebagai ia nama Kasman membawakan "American 40" dari Watermark Shadow pada 80-an. bekerja bidang Asuransi, 2005, mengikuti Management diselengoleh YAI dan University of Connecticut di Keuangan untuk posisi pada keuangan Asuransi. Tahun ia lulus & test Dewan Nasional menjabat Direktur Perusahaan Asuransi berbasis Sistem Syariah.

Berbagai dan penting diraihnya lain: Direktur PT Elshinta, President Media Consolidated membawahi stasiun satu luar , perusahaan dari majalah dan I, Advertising yang dengan Tahun pernah menjadi Direktur Usaha Nusantara, perusahaan holding dari PT Bakrie Investindo/Bakrie elektronik. jumlah konseptor RRI bersama Bpk. Leo (Ketika Dirjen Kementerian RI) menjadi gung di selama tahun. pula melahirkan dan dengan 2001 219 ia sebagai Operasi.

angPanitia Festival Indonesia, pernah oleh Penerangan Bpk. pada 1996 jalur ekspor sinetron Indonesia ke pasar Internasional (EAFTAB). Sebagai ang Indonesia menjadi ikut Team-13 usulan Undang- Undang Penyiaran RI. Tahun ia penghargaan Gubernur Jakarta Suprpto pemrakarsa ba n Tahun - menjadi teknis Radio (Armed Radio).

1990 1993 pernah sebagai merangkap Harian Daerah Jakarta (Persatuan Siaran Indonesia). sering konsultan broadcasting dalam aspeknya: Management, & Programming keterampilan yang Misalnya, bagaimana berbicara mengeluarkan bagi penyiar broadcasting reporter seluruh air. artis-artis Nicholas dan Dian juga belajar Ia melatih salesman Broadcasting maupun di Asuransi. 2000 2001 trainer Internews.

juga gelar of dari bagian Amerika di tahun ditandatangani Bill selaku Asia Welfare tahun juga penghargaan beliau, telah merancang kampanye feeding ASI Susu Penghargaan oleh RI, itu Bpk. Soeharto, di Istana Merdeka, Jakarta. Kini, Roestam (nama Andy kelahiran tahun sudah dari eksekutif. saat adalah gota Komisaris Asuransi Bintang Tbk.

Waktu luang di masa pensiun diisinya dengan lebih banyak aktif memberikan

training kepada saya membutuhkan berharga ilmunya di bidang Broadcasting baik Radio maupun

INTERNET SOURCES:

<1% -
<https://tugaskampuss.blogspot.com/2013/01/download-makalah-skripsi-tesis-dll.html>
<1% - <https://aosinsuwadi.blogspot.com/2015/02/undang-undang-hak-cipta.html>
<1% -
http://sipeg.unj.ac.id/repository/upload/buku/6_LO_Sentra_Musik_dan_Gerak_Sirkus_08_April_2016.pdf
<1% -
<https://ikhwanulagus.blogspot.com/2013/05/kasus-hukum-dan-pendapat-mengenai.html>
<1% -
<http://www.pendidikankarakter.com/wp-content/uploads/7-Cara-Meningkatkan-Rasa-Percaya-Diri-Anak.pdf>
<1% -
<https://indrinovii.blogspot.com/2014/04/undang-undang-no-19-tahun-2002-tentang.html>
<1% -
<https://sobehindthemicrophone.blogspot.com/2011/10/suara-kekuatan-radio.html>
<1% - <https://rajaagam.wordpress.com/category/sejarah/page/5/>
<1% -
https://jurnalisme-makassar.blogspot.com/2007/12/pedoman-perilaku-penyiaran-dan-sandar_9559.html
<1% -
<https://andrianoke.blogspot.com/2018/03/sejarah-teknologi-edukasi-dan-contoh.html>
<1% -
https://www.academia.edu/11813377/Undang-Undang_No.32_tahun_2004_tentang_Pemerintahan_Daerah
<1% -
<https://bashanovathink.blogspot.com/2011/03/tinjauan-yuridis-terhadap-tayangan.html>
<1% -
http://www.academia.edu/5703413/Telaah_Media_Massa_-_Krisis_Keteladanan_Pemimpin_Bangsa_Bagi_Pemuda_Indonesia_Akibat_Tayangan_TV_Yang_Tidak_Mendidik
<1% - <http://janganbugildepankamera.wikidot.com/uu2002-32p>
<1% - <https://teorikulia.blogspot.com/2009/08/etika-penyiaran-1.html>
<1% - <https://harliantara.blogspot.com/2013/08/lembaga-penyiaran-radio.html>
<1% -

https://id.wikisource.org/wiki/Undang-Undang_Republik_Indonesia_Nomor_32_Tahun_2002
<1% - https://id.wikipedia.org/wiki/Lembaga_Penyiaran_Berlangganan
<1% - <https://digiboxbroadcast.wordpress.com/2010/06/07/studi-kelayakan-tv-lokal/>
<1% -
<https://www.romelteamedia.com/2014/11/manajemen-struktur-organisasi-radio-komunitas.html>
<1% - https://id.wikipedia.org/wiki/Lembaga_penyiaran_komunitas
<1% - <https://romelte.com/radio-komunitas-karakter-dan-program/>
<1% - <https://id.scribd.com/doc/21618969/Permen-Kominfo-No-33-Tahun-2009>
<1% - https://issuu.com/koranpagiwawasan/docs/wawasan_20140916
<1% - <https://apaandatau123.blogspot.com/2013/05/sejarah-hak-asasi-manusia.html>
<1% - <https://kuliahdiawangawang.blogspot.com/2014/05/etika-dalam-periklanan.html>
<1% -
<https://www.hukumonline.com/berita/baca/hol10947/ilex-specialisikah-undangundang-pers-dari-kuhp>
<1% -
<https://www.esaunggul.ac.id/etika-profesi-perspektif-hukum-dan-penegakan-hukum-dr-h-fauzie-y-hasibuan-sh-mh-wakil-ketum-dpp-ikatan-advokat-indonesia/>
1% - <https://harliantara.blogspot.com/2013/>
<1% - <http://www.inspiration-daily.com/on/knowledge/>
<1% -
<https://komunikasi-samsul-huda.blogspot.com/2009/04/aspek-sosial-penyiaran-radio.html>
ml
<1% -
<https://www.zwivel.com/non-surgical-rhinoplasty/too-much-swelling-after-nose-filler-w-hat-can>
<1% - <https://www.slideshare.net/broadcastsmknpungging/prinsip-penyiaran-radio>
<1% -
<https://harliantara.blogspot.com/2013/08/kinerja-industri-media-radio-1983-2013.html>
<1% - https://harliantara.blogspot.com/2013_08_05_archive.html
<1% -
<https://id.scribd.com/doc/38804198/Buku-3-an-Industri-Kreatif-Menuju-Visi-Ekonomi-Kreatif-Indonesia-2025>
<1% -
https://www.researchgate.net/publication/319964699_Tantangan_Terhadap_Eksistensi_Radio_Indonesia_di_Era_Konvergensi_Media
<1% -
http://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/11726/2/T1_362012053_BAB%20II.pdf
<1% -

<https://iniradiofisip.wordpress.com/2014/09/15/book-review-manajemen-media-penyiaran-strategi-mengelola-radio-dan-televisi/>
<1% - <https://santhidewa.blogspot.com/2008/09/lima-tahun-imamat.html>
<1% -
<http://www.anggaran.depkeu.go.id/content/Publikasi/DJA%20Mendengar/Paparan%20Dit%20PAPBN.pdf>
<1% -
https://fransiskusnwar.blogspot.com/2016/03/akuntansi-keuangan-ii-modal-disetor_25.html
<1% - https://www.academia.edu/37315863/PM_KOMINFO_NOMOR_18_Tahun
<1% - <https://docplayer.info/53485899-Radio-komunitas-muhammadiyah.html>
<1% - <https://djendul.blogspot.com/2016/10/arti-sarana-dan-fungsi-manajemen.html>
<1% -
<https://dadandankomunikasi.blogspot.com/2015/12/manajemen-produksi-radio-siaran.html#!>
<1% - <https://mazdalifahjalil.wordpress.com/category/artikel-jurnal/>
<1% -
http://www.academia.edu/3198888/STRATEGI_PROGRAMMING_PADA_RRI_PROGRAMMA_I_Studi_Tentang_Pemeliharaan_Mutu_Program_Siaran_Agama_Islam
<1% - https://kabar-terhangat.blogspot.com/2017/02/liputan6-rss2-feed_20.html
<1% -
https://www.academia.edu/3198888/STRATEGI_PROGRAMMING_PADA_RRI_PROGRAMMA_I_Studi_Tentang_Pemeliharaan_Mutu_Program_Siaran_Agama_Islam
<1% - <https://azenismail.wordpress.com/category/teori-organisasi-umum/page/4/>
<1% -
http://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/11680/2/T1_362010044_BAB%20II.pdf
<1% -
<https://tepeuny.wordpress.com/2008/06/27/pembentukan-positioning-radio-sebagai-program-edukasi/>
<1% -
<http://www.sarifudin.com/penyiaran/index.php/tip-trik/11-menjaga-eksistensi-radio-di-era-digital-dengan-mengoptimalkan-positioning-dan-format>
<1% -
<https://www.skripsibisa.com/2019/05/perbedaan-data-cross-section-time-series-data-panel.html>
<1% -
<https://puputrisyifa.blogspot.com/2016/02/contoh-proposal-pendirian-media.html>
<1% -
<https://yunusmuhammad122.blogspot.com/2017/04/format-stasiun-radio-menurut-michael-c.html>

<1% - <https://harisnamaku.blogspot.com/2010/10/tentang-pers.html>
<1% -
<https://nasional.kompas.com/read/2014/07/13/20004271/KPI.Diminta.Rekomendasikan.Pencabutan.Izin.Siar.RCTI.dan.Global.TV>.
<1% - <https://www.scribd.com/presentation/364495611/Etika-Dan-Regulasi-Penyiaran>
<1% - http://hukum.unsrat.ac.id/uu/uu_32_02.htm
<1% -
<https://docobook.com/8220sihir8221-iklan-televisi-dalam-menstimuli-perilaku.html>
<1% - <https://teorikulia.blogspot.com/2009/08/program-siaran-radio-dan-televisi.html>
<1% - <https://sosialmusictwo.blogspot.com/2013/>
<1% - https://tutiimagine.blogspot.com/2008_02_08_archive.html
<1% -
<https://fadhli-manusiabiasa.blogspot.com/2011/03/membuat-sebuah-karya-ilmiah.html>
<1% - <https://pelangiblossoms.blogspot.com/2010/11/program-radio.html>
<1% -
<https://aidaannouncer.blogspot.com/2011/06/macam-macam-diskusi-dan-pengertiannya.html>
<1% -
<https://kritikiklanindonesia.blogspot.com/2008/10/format-tentukan-keberhasilan-radio.html>
<1% - <http://www.sarifudin.com/penyiaran/index.php/tip-trik/32-strategi-pemrograman>
<1% - <http://ijain.org/index.php/IJAIN/article/downloadSuppFile/43/21>
<1% - <https://rudiberbagiilmu.blogspot.com/2017/03/>
<1% - <https://mufthiah.blogspot.com/>
<1% - https://issuu.com/e-jurnal-fh-unsri/docs/e-journal_bidang_kajian_perdata__ed
<1% -
<https://kursusglobalmandiri.blogspot.com/2017/03/informasi-dasar-komputer.html>
<1% - <https://dispaku.blogspot.com/2010/04/>
<1% -
<https://aryjanoe10.blogspot.com/2010/09/teknik-dan-komunikasi-penyiar-televisi.html>
<1% - <https://iniradiofisip.wordpress.com/2014/09/page/7/>
<1% - <https://terapieningkatkanpercayaadi.blogspot.com/>
<1% -
<https://creativelangsa.blogspot.com/2017/01/etika-berkomunikasi-dalam-alquran-yang.html>
<1% - <https://aryaputrafortuna.blogspot.com/>
<1% -
<http://widyostaff.gunadarma.ac.id/Downloads/files/52286/MODUL+LABORATORIUM+RADIO.doc>
<1% -

https://harliantara.blogspot.com/2013/08/penyiar-dan-proses-komunikasi_10.html

<1% - <https://novalale.wordpress.com/2016/03/26/>

<1% -

<https://teorikulia.blogspot.com/2009/08/media-penyiaran-dan-teori-komunikasi.html>

<1% - <https://novalale.wordpress.com/2016/03/26/124/>

<1% - <https://uogenglish.files.wordpress.com/2011/08/lec211.pdf>

<1% - <https://magneticspeaking.com/motivate-audience-take-action/>

<1% -

<https://dikotakkatik.blogspot.com/2012/06/pengertian-dasar-penyiaran-broadcast.html>

<1% -

<https://docobook.com/pdf-bab-i5877f883358a4390b8f517d801493c5358486.html>

<1% - <https://wimcyblog.blogspot.com/>

<1% - <https://www.pinterpandai.com/gelombang-elektromagnetik-soal-jawaban/>

<1% - <https://jaringan-ilmu.blogspot.com/2010/10/kisah-kelahiran-dajjal-as-samiri.html>

<1% -

<https://ayahkita.blogspot.com/2015/12/apa-yang-anda-ucapkan-ketika-melihat-si.html>

<1% - <https://putraaladin.blogspot.com/>

<1% - <https://radio-duniaku.blogspot.com/p/radio-dj-announcer.html>

<1% - <https://pakdurunes.wordpress.com/efb/presentasi/>

<1% - <https://biologigon.blogspot.com/search/label/KENCING%20MANIS>

<1% - <https://apidibukitmenoreh.wordpress.com/2010/07/15/buku-074-seri-i-jilid-74/>

<1% -

<https://jurusjadiwartawan.wordpress.com/2017/12/13/teknik-olah-vocal-dan-pernafasan/>

<1% -

<https://faiterate.blogspot.com/2012/05/bahasa-indonesia-yang-baik-dan-benar.html>

<1% -

<https://docplayer.info/107780637-Pelaksanaan-kontrak-penyiaran-iklan-produk-barang-dan-atau-jasa-di-pt-radio-start-srasi-swara-kabupaten-mnadailing-natal.html>

<1% -

<https://id.123dok.com/document/ky6e4rgz-analisis-pengaruh-iklan-tv-pocari-sweat-terhadap-citra-merek-brand-image.html>

<1% - <https://docobook.com/pengaruh-terpaan-iklan-televisi-dan-persepsi-merek.html>

<1% -

<https://elmurobbie.files.wordpress.com/2008/06/analisis-efek-nalisis-efektifit-tifitas-iklan-rinso-as-rinsosoklin-dan-attack-dg-metode-dcm.pdf>

<1% -

http://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/2334/3/T1_362007008_BAB%20II.pdf

<1% - https://hendrogibol.blogspot.com/2012/08/makalah-periklanan-biro-iklan_1.html

<1% - <https://bagawanabiyasa.wordpress.com/author/bagawanabiyasa/page/4/>

<1% - <https://id.scribd.com/doc/314544732/Kreatif-Dalam-ILM-Kesehatan>

<1% - <https://www.termpaperwarehouse.com/essay-on/Riset-Positioning/172262>

<1% - <https://specialties.bayt.com/en/specialties/q/130683/which-of-the-following-are-the-elements-of-product-positioning/>

<1% - <https://www.scribd.com/document/393905070/Jurnal-AK-Vol-1-no-2-Jul-Nov-2017-pdf>

<1% - <http://www.pekerjadata.com/2015/03/manajemen-media-penyiaran-televisi.html>

<1% - <https://digitaltv4indonesia.blogspot.com/2008/12/>

<1% - <http://www.kpi.go.id/index.php/id/lihat-terkini/38-dalam-negeri/32497-kpid-ntb-hentikan-sementara-acara-wayang-kulit-di-lombok-tv>

<1% - <https://maulana200arsy.blogspot.com/2014/05/tv-digital-tv-analog.html>

<1% - <https://sejarah-telekomunikasi.blogspot.com/2012/04/sejarah-telekomunikasi-pada-zaman-dulu.html>

<1% - <https://www.slideshare.net/Dekika/makalah-digital-audio-broadcasting-modifikasi>

<1% - <https://digitalradioindonesia.blogspot.com/2008/12/siaran-radio-berjaringan.html>

<1% - <https://broadcast-stasion.blogspot.com/>

<1% - <http://ejournal.iaida.ac.id/index.php/darussalam/article/download/232/205/>

<1% - <https://mahesaputrabuana.blogspot.com/>

<1% - <https://bangkitgila.wordpress.com/category/bahasa/page/2/>

<1% - https://issuu.com/tifaoundation/docs/kepemilikan_dan_intervensi_siaran

<1% - <https://alrisblog.wordpress.com/2015/12/31/saya-suka-dengar-radio/>

<1% - <http://sir.stikom.edu/id/eprint/234/5/BAB%20III.pdf>

<1% - <http://sir.stikom.edu/234/5/BAB%20III.pdf>

<1% - <https://www.facebook.com/ping.digitalradio>

<1% - <https://novieyossmardian.wordpress.com/2011/03/09/menju-era-radio-3-0/>

<1% - https://teknologiterbaru4u.blogspot.com/2011_03_06_archive.html

<1% - <http://eprints.upnyk.ac.id/id/eprint/5841>

<1% - <http://shiftindonesia.com/lean-production-ciapkan-continuous-flow-untuk-mengangkat-masalah-ke-permukaan/>

<1% - <https://sobehindthemicrophone.blogspot.com/2011/10/pola-pikir-mengelola-radio-komersil.html>

<1% - <https://onair2016.blogspot.com/>

<1% - https://issuu.com/epaper-kmb/docs/bpo_25042019

<1% - <https://jakarta45.wordpress.com/tag/anti-corruption/page/5/>

<1% -

<https://money.kompas.com/read/2013/10/07/1642421/APEC.Tak.Berdampak.bagi.Kemajuan.Koperasi.RI>

<1% - <https://santriano.blogspot.com/2009/>

<1% -

<https://www.brilio.net/creator/mitos-yang-perlu-anda-ketahui-sebagai-seorang-ibu-rumah-tangga-091461.html>

<1% -

<https://sobehindthemicrophone.blogspot.com/2012/10/saat-jumlah-pendengar-radio-anda-menurun.html>

<1% - <https://sobehindthemicrophone.blogspot.com/2012/09/acara-partisipatif.html>

<1% - <https://sobehindthemicrophone.blogspot.com/2011/10/parsitipatif-program.html>

<1% -

<https://ariskinos.blogspot.com/2017/03/10-pemimpin-paling-sederhana-di-dunia.html>

<1% -

<https://leser-aceh.blogspot.com/2011/05/peranan-ahmadinejad-terhadap-kebijakan.html>

<1% -

<https://anizaida89.blogspot.com/2012/01/resume-buku-teori-hukum-kritis-kajian.html>

<1% - <https://sobehindthemicrophone.blogspot.com/2011/10/radio-enak.html>

<1% - <https://celengansedekah.wordpress.com/>

<1% -

<http://journal.unpar.ac.id/index.php/journaltransportasi/article/download/1513/1453>

<1% -

<https://indrafajarpambudi.wordpress.com/2013/12/27/kelompok-8-physical-layer-dan-data-link/>

<1% - <https://trizz4.blogspot.com/2011/>

<1% - <https://sobehindthemicrophone.blogspot.com/2011/10/music-director.html>

<1% - <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/11607/11203>

<1% -

<https://sobehindthemicrophone.blogspot.com/2012/08/peran-musik-dalam-radio.html>

<1% - <https://withue314.blogspot.com/>

<1% - <https://ragowo1910orangindonesia.blogspot.com/>

<1% -

<https://www.kompasiana.com/irnaasari/5b3c1667f133447e7c7fc383/pragmatik-speech-act-dan-deksis>

<1% -

<https://ysatwa.blogspot.com/2014/11/seperti-ilmu-fisika-antara-tekanan-dan.html>

<1% -

https://sukmadew.blogspot.com/2013/12/kata-pengertian-bentuk-dan-jenis-jenis_1923.html

<1% - <https://www.nychken.web.id/2017/03/>

<1% -

<https://sobehindthemicrophone.blogspot.com/2011/10/adlibs-bukanlah-iklan-membaca.html>

<1% -

<https://kendaraankita.blogspot.com/2016/12/mengenal-wheel-alignment-spooring.html>

<1% -

<https://sobehindthemicrophone.blogspot.com/2011/10/anda-seorang-penyiar-yang-ber-tugas.html>

<1% -

<https://www.ilmudasar.com/2016/09/Pengertian-Struktur-Fungsi-Bagian-Mata-adalah.html>

<1% -

<https://es.scribd.com/document/346238709/Gantyo-Koespradono-Kick-Andy-Kumpulan-Kisah-Inspiratif-pdf>

<1% - <https://percayapatal.blogspot.com/feeds/posts/default>

<1% - <https://sobehindthemicrophone.blogspot.com/2012/08/bosan-siaran.html>

<1% -

<https://radiofm1blogger.blogspot.com/2008/05/bagaimana-menjadi-penyiar-yang-disukai.html>

<1% - <https://dosqradio.blogspot.com/2009/>

<1% - <https://sihardejournel.wordpress.com/category/cup-of-tea-penyiar/>

<1% - https://issuu.com/surya-epaper/docs/surya_edisi_9_mei_2011

<1% -

<https://link24share.blogspot.com/2017/02/poligami-dalam-pandangan-liberal-dan.html>

<1% -

<https://sobehindthemicrophone.blogspot.com/2012/08/problematika-sales-iklan-radio.html>

<1% - <https://rizkybudidharma.blogspot.com/>

<1% -

<http://research.kalbis.ac.id/Research/Files/Article/Full/GJPFR8BJQQHFH6P56EIA1V0WO.pdf>

<1% - <https://sobehindthemicrophone.blogspot.com/2011/10/radio-atau-internet.html>

<1% -

<https://adoc.tips/badan-penelitian-dan-pengembangan-sumber-daya-manusia.html>

<1% - https://contohpidatoterkini.blogspot.com/2011_06_19_archive.html

<1% -

<https://sobehindthemicrophone.blogspot.com/2011/10/prinsip-tidak-boleh-luntur-oleh>

html

<1% -

<https://www.kompasiana.com/robbigandamana/5c14a4c1677ffb7b65692dd7/mencari-april>

<1% - <https://istilah-penyiaran-tik.blogspot.com/2012/08/>

<1% -

http://www.academia.edu/6979883/EKSISTENSI_WAYANG_KULIT_SEBAGAI_MEDIA_KRITIK_SOSIAL_Studi_Pada_Group_Wayang_Kulit_Gema_Rinjani_H._Lalu_Nasib_AR

<1% - <https://istilah-penyiaran-tik.blogspot.com/2012/10/>

<1% - <https://andonsyarif.blogspot.com/2007/11/teknologi-informasi.html>

<1% -

<https://fjb.kaskus.co.id/product/51d96c120975b44d11000001/promo-jasa-desain-logo-murah-amp-berkualitas--surabaya-gresik/>

<1% -

<http://www.forumsatelit.com/tutorial-teknis-parabola-dan-televisi-satelit/istilah-istilah-satelit-dunia-persatelitan/>

<1% - https://blogdadandhermawan.blogspot.com/p/materi-kk-14_11.html

<1% - <https://istilah-penyiaran-tik.blogspot.com/2013/04/drm-drm-plus.html>

<1% - <https://wirasmada.blogspot.com/2012/01/>

<1% -

<https://istilah-penyiaran-tik.blogspot.com/2013/08/fcc-federal-communication-commission.html>

<1% - <https://info.kamustelekom.com/2009/05/>

<1% - <https://dahlia577.wordpress.com/2012/06/30/radio-dan-tv-digital/>

<1% - <https://www.labwisnu.com/2018/08/pengertian-itu-international.html>

<1% - <https://gudangilmu106.wordpress.com/>

<1% - <http://www.zakikrd.com/2018/01/penamaan-dan-pendefinisian.html>

<1% -

<https://www.slideshare.net/hdn2020/inovasi-disruptif-dan-kekuatan-kolaboratif-radio-20-v-7-januari-2013>

<1% - <https://dewidamayanti1a.blogspot.com/feeds/posts/default>

<1% - <https://id.scribd.com/doc/178702523/Daftar-Isi-Jurnal-Ed-10>

<1% -

<https://tax-treaty.blogspot.com/2009/12/p3b-antara-indonesia-dengan-amerika.html>