



## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Komunikasi merupakan kebutuhan dasar yang dimiliki oleh manusia. Adanya komunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain, baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah maupun di tengah masyarakat. Menurut Priatna (2016:1) komunikasi memiliki suatu pengertian sebagai suatu proses pertukaran pesan antara individu dengan individu maupun antara individu dengan kelompok melalui suatu sistem biasa, baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal, maupun perilaku atau tindakan. Komunikasi dilakukan oleh orang-orang untuk mendapatkan sebuah informasi. Komunikasi bukan sekedar menyampaikan suatu pesan atau informasi agar dimengerti, tetapi komunikasi memiliki tujuan untuk mengubah tingkah laku manusia. Sebuah informasi disampaikan melalui sebuah media yang tepat agar informasi tersebut dapat diterima dengan baik. Salah satu konteks komunikasi yang digunakan untuk mendapatkan sebuah informasi adalah komunikasi massa.

Komunikasi massa menurut Mulyana (2011:83) adalah komunikasi yang disampaikan menggunakan media massa, seperti surat kabar, majalah, radio, maupun televisi. Umumnya, proses komunikasi massa tidak menghasilkan *feedback* (umpan balik) secara langsung, tetapi tertunda dalam waktu yang relatif. Komunikasi massa memiliki fungsi diantaranya sebagai media berita, media pendidikan, media hiburan, dan media promosi. Menurut Lamintang (2013:9) komunikasi massa memiliki fungsi sebagai pemberi informasi, mendidik, mempersuasi, dan menyenangkan serta memuaskan kebutuhan komunikasi. Seiring berkembangnya teknologi, informasi yang akurat dan terpercaya dapat diperoleh langsung melalui media massa. Informasi yang diberikan untuk publik pun harus bersifat *universal* atau bisa berguna untuk segala usia. Media massa membuat khalayaknya mempunyai pilihan untuk mencari atau mendapatkan sumber informasi, salah satunya melalui media elektronik seperti radio.

Menurut Priatna (2016:1) radio adalah siaran (pengiriman) suara atau bunyi melalui gelombang suara. Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (molekul udara). Sedangkan menurut Romli (2017:13) radio adalah salah satu media komunikasi massa (*mass communication*) seperti halnya televisi, surat kabar, dan majalah. Saat ini, radio masih menjadi salah satu media pilihan untuk didengarkan oleh masyarakat karena radio memiliki keunggulan bagi pendengarnya, yakni dapat didengarkan dimana saja, akrab, dekat, hangat, tanpa batas, serta sebagai sarana hiburan termurah dan tercepat. Sehingga radio menjadi media utama pendengar untuk mendengarkan musik dan informasi terbaru yang dapat diterima dengan cepat dalam segala hal situasi dan kondisi.

Setiap stasiun radio berusaha memiliki ciri khasnya tersendiri untuk menarik minat pendengar, ciri khas tersebut mewakili karakter dan jenis khalayaknya. Banyak program radio yang membidik segmen anak muda atau remaja, tujuannya agar anak muda zaman sekarang tidak melupakan media radio pada zaman saat ini dan memberi sedikit informasi, bahwa media radio sangat mudah untuk didengarkan dimana saja. Segmen radio anak muda memiliki jangkauan umur rata-rata 15 hingga 25 tahun. Gaya siarannya disesuaikan dengan gaya anak muda,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

kemudian memberikan informasi terkini, dan mengundang narasumber yang *hits* pada zaman sekarang. Walaupun banyak stasiun radio yang membidik segmen anak muda, bukan berarti orang dewasa tidak bisa mendengarkan setiap siaran radio. Orang dewasa bahkan orang tua juga tetap menjadi target pendengar di setiap stasiun radio sesuai dengan segmennya masing-masing. Karena setiap stasiun radio memiliki program dan targetnya tersendiri.

Program “Kisi *Talkshow*” di Radio Kisi Fm Cibinong merupakan program radio unggulan khususnya untuk kalangan anak muda di Cibinong, program “Kisi *Talkshow*” ini memberikan informasi-informasi terbaru serta mengundang narasumber yang sedang hangat dibicarakan oleh masyarakat, seperti Selebgram, *Influencer* dan orang-orang yang memiliki peran penting bagi masyarakat. Selain memberikan informasi dan mengundang narasumber yang sedang hangat dibicarakan oleh masyarakat. Program “Kisi *Talkshow*” juga memberikan rekomendasi tempat-tempat yang bagus untuk melakukan berkumpul bersama, baik dengan keluarga maupun dengan kerabat. Program “Kisi *Talkshow*” memberikan warna baru di dunia penyiaran radio Kabupaten Cibinong. Selain mendengarkan program “Kisi *Talkshow*” melalui media radio, program ini juga bisa ditonton secara langsung melalui media sosial *youtube* yang dimiliki oleh Radio Kisi Fm Cibinong. Oleh karena itu program “Kisi *Talkshow*” menjadi program unggulan yang ada di Radio Kisi Fm Cibinong, karena selain bisa di dengarkan di radio, program ini juga bisa ditonton secara *visual* melalui media *youtube*.

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, terdapat beberapa rumusan masalah yang akan dibahas pada laporan tugas akhir ini, yaitu:

- 1) Bagaimana profil program “Kisi *Talkshow*” di Radio Kisi Fm Cibinong?
- 2) Bagaimana proses produksi “Kisi *Talkshow*” di Radio Kisi Fm Cibinong?
- 3) Apa saja hambatan dalam proses produksi program “Kisi *Talkshow*” di Radio Kisi Fm Cibinong?

### Tujuan

Pembuatan laporan tugas akhir ini memiliki beberapa tujuan. Tujuan tersebut merujuk pada rumusan masalah yang akan dibahas. Tujuan dari laporan tugas akhir ini yaitu:

- 1) Menjelaskan profil program “Kisi *Talkshow*” di Radio Kisi Fm Cibinong.
- 2) Menjelaskan proses produksi program “Kisi *Talkshow*” di Radio Kisi Fm Cibinong.
- 3) Menjelaskan hambatan dan memberikan solusi dalam proses produksi program “Kisi *Talkshow*” di Radio Kisi Fm Cibinong.

### METODE

#### Lokasi dan Waktu

Pelaksanaan Praktik Kerja Lapang (PKL) dilaksanakan selama 40 hari kerja yang dilaksanakan mulai dari tanggal 1 Maret 2021 sampai dengan 1 Mei 2021. Pelaksanaan Praktik Kerja Lapang ini dilaksanakan guna menyelesaikan Tugas Akhir Mahasiswa Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor. Adapun lokasi Praktik

