



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**PROTOTYPE *TALK SHOW* RADIO MENGENAI KONSULTASI  
WIRAUSAHA DAN KOMPETISI IDE BISNIS  
“*MIND YOUR OWN BUSINESS*”**

**TUGAS KARYA AKHIR**

**GRIYA RATRI PUTRI  
0806346142**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM SARJANA REGULER ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM STUDI JURNALISME SIAR  
DEPOK  
JANUARI 2012**



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**PROTOTYPE *TALK SHOW* RADIO MENGENAI KONSULTASI  
WIRAUSAHA DAN KOMPETISI IDE BISNIS  
“*MIND YOUR OWN BUSINESS*”**

**TUGAS KARYA AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana**

**GRIYA RATRI PUTRI  
0806346142**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM SARJANA REGULER ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM STUDI JURNALISME SIAR  
DEPOK  
JANUARI 2012**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Karya Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Griya Ratri Putri**

**NPM : 0806346142**

**Tanda Tangan :**



**Tanggal : 11 Januari 2012**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Karya Akhir ini diajukan oleh

Nama : Griya Ratri Putri  
NPM : 0806346142  
Program Studi : Jurnalisme Siar  
Judul Tugas Karya Akhir : Prototipe *Talk Show* Radio Mengenai  
Wirausaha dan Kompetisi Ide Bisnis "*Mind  
Your Own Business*"

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program S1 Reguler Departemen Ilmu Komunikasi, Program Studi Jurnalisme Siar, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dra. Endang Setiowati, M.Si.

Penguji : Dodi Mawardi, S.Sos

Ketua Sidang : Dra. Rosy Tri Pagiwati, M.A

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 11 Januari 2012

*E. Setiowati*  
(.....)  
*D. Mawardi*  
(.....)  
*R. Tri Pagiwati*  
(.....)

## KATA PENGANTAR

Setelah lulus, mau jadi apa? Pertanyaan ini mungkin terbersit di benak hampir setiap mahasiswa tingkat akhir, termasuk penulis sendiri. Banyak dari kita yang memilih bersaing dengan jutaan sarjana lain di luar sana untuk mendapatkan pekerjaan daripada membuka lapangan pekerjaan sendiri.

Faktanya, wirausaha merupakan salah satu upaya penyerapan tenaga kerja yang paling memungkinkan di tengah semakin bertambahnya jumlah angkatan kerja. Namun, ternyata profesi ini belum menjadi pilihan bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Berbagai alasan klasik acap kali kita dengar, mulai dari keterbatasan modal, ketidaktahuan cara memulainya, hingga ketidakberanian mengambil risiko.

Kondisi inilah yang membuat penulis terdorong untuk membuat sebuah program konsultasi bisnis dan wirausaha yang menysasar pendengar anak muda. Di tengah pesatnya perkembangan bisnis yang digawangi anak muda, program ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi mereka yang baru memulai bisnisnya.

Gayung bersambut, ide ini pun didukung oleh Radio *Hard Rock FM* yang ternyata berencana untuk membuat program serupa dan akan siar pada Februari 2012. Inilah yang membuat penulis semakin bersemangat merealisasikan ide ini menjadi kenyataan.

Akhir kata, penulis berharap dengan berkembangnya kegiatan wirausaha, target pemerintah untuk menurunkan angka kemiskinan di tahun 2014 bisa segera terwujud, dengan penciptaan lapangan kerja bagi seluruh lapisan masyarakat Indonesia.

Depok, 11 Januari 2012  
Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Karya Akhir ini tepat pada waktunya. Pembuatan Tugas Karya Akhir ini merupakan salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dan mendukung selama pembuatan TKA ini:

1. Kedua orang tua saya yang telah memberikan dukungan baik moral maupun materil, yang senantiasa memberikan pengertian atas perjuangan dan kesibukan saya yang luar biasa di semester akhir ini.
2. Kedua adik saya, Raya Radiyanti Putri dan Permata Aprilia Putri, yang selalu menghibur di kala suka dan duka.
3. Dra. Endang Setiowati, M.Si, selaku dosen pembimbing Tugas Karya Akhir, yang telah mencurahkan waktu dan perhatiannya hingga detik-detik menjelang sidang.
4. Dodi Mawardi, S.Sos selaku Dosen Penguji Tugas Karya Akhir saya, untuk masukan-masukan yang membangun demi pengembangan program ini ke depannya.
5. Dra. Rosy Tri Pagiwati, M.A. selaku Ketua Sidang sekaligus Pembimbing Akademis saya. Terima kasih atas semangat, dukungan, dan ketelitiannya dalam memberikan catatan-catatan kecil di revisi ini.
6. Mentor saya, Iwet Ramadhan, yang telah menceburkan dan membuka mata saya pada dunia radio, sekaligus menjadi teman bertukar pikiran yang menyenangkan.
7. Dwi Tunjung Sari dan Christian Maxius Dotulong, teman seperjuangan TKA Radio, atas kebersamaan yang manis dan *team work* yang *solid* selama dua semester terakhir.
8. Dinar Gumilang, penyiar handal yang telah membuat dummy TKA saya semakin ciamik dengan suara empuknya.

9. Marco Anjasmoro, selaku Program Director *Hard Rock FM*, untuk berbagai masukan pengembangan program, dan kesempatan untuk merealisasikan ide ini menjadi kenyataan.
10. Rony Ertanto dan Liris Sekar Swasti, tim *Research and Development MRA Broadcast Media* atas kesediaannya membantu kelancaran proses riset TKA ini.
11. Para pengajar di FISIP UI, khususnya dosen-dosen Ilmu Komunikasi yang telah mengantarkan saya hingga meraih gelar sarjana.
12. “Sobat Jurnal 2008”, atas segala dukungan, penyemangat, kerjasama di setiap liputan dan tugas kuliah yang datang bertubi-tubi, dan menyempatkan hadir di hari sidang.
13. Khadad Yudha Prawira, untuk kesetiaan mendengarkan keluh kesah derita mahasiswa tingkat akhir, yang selalu mengingatkan untuk tetap santai menghadapi semua masalah.
14. Teman-teman Komunikasi UI 2008, khususnya #KomBali untuk *sweet escape* seminggu menjelang sidang TKA. Semoga ini bukan liburan terakhir kami.
15. Teman-teman Hard Rock FM lantai 8 Gedung Sarinah Thamrin, khususnya Tim *Good Morning Hard Rockers Show*, Ary Kirana, Nahum Arimaralogo, Bobby Mandela, untuk dua bulan yang singkat penuh canda dan tawa setiap pagi. Terima kasih atas semua inspirasi dan pembelajaran tentang dunia radio yang sangat menyenangkan.
16. Mas Gugi dan Mbak Indah yang selalu sabar menghadapi tingkah kami yang selalu merepotkan. Terima kasih telah membantu kelancaran berbagai proses administratif selama berkuliah di Komunikasi UI.

Dan berbagai pihak yang telah membantu yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Griya Ratri Putri  
NPM : 0806346142  
Program Studi : Jurnalisme Siar  
Departemen : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis Karya : Tugas Karya Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia, **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PROTOTYPE *TALK SHOW* RADIO MENGENAI KONSULTASI WIRAUSAHA  
DAN KOMPETISI IDE BISNIS "*MIND YOUR OWN BUSINESS*"

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmediakan, Vmengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok  
Pada tanggal : 11 Januari 2012

Yang menyatakan,



(Griya Ratri Putri)

## ABSTRAK

Nama : Griya Ratri Putri  
NPM : 0806346142  
Program Studi : Jurnalisme Siar  
Judul : Prototipe Talk Show Radio Konsultasi Wirausaha dan Kompetisi Ide Bisnis “*Mind Your Own Business*”

Keberadaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mampu mendongkrak dan mempercepat pertumbuhan perekonomian di negara kita. Namun, jumlah UKM di Indonesia masih rendah karena menjadi wirausaha masih belum menjadi pilihan bagi masyarakat Indonesia, khususnya di kalangan dewasa muda. Padahal ini merupakan salah satu upaya penyerapan tenaga kerja yang paling memungkinkan di tengah semakin bertambahnya jumlah angkatan kerja. Ditambah lagi, informasi yang memadai mengenai edukasi keterampilan berwirausaha oleh media massa, jumlahnya masih sedikit. Media massa, khususnya radio, mayoritas lebih memilih mengangkat hiburan dan musik. Usulan program *talk show* radio ini diharapkan dapat memberikan inspirasi dan alternatif informasi bagi pendengar yang ingin berwiraswasta.

*Mind Your Own Business* merupakan program *talk show* radio yang berisi konsultasi seputar dunia wirausaha dan bisnis. Program ini menyasar kalangan dewasa muda yang akan memulai bisnisnya. Dalam program ini pendengar juga dapat berkesempatan untuk merealisasikan idenya dalam segmen kompetisi ide bisnis. Perkiraan anggaran produksi yang dibutuhkan untuk program ini per episodenya kurang lebih adalah Rp 715.000.

**Kata Kunci : talk show, radio, program, konsultasi, wirausaha, ide bisnis, dewasa muda.**

## ABSTRACT

Name : Griya Ratri Putri  
NPM : 0806346142  
Major : Broadcast Journalism  
Title : Radio Talk Show Program “Mind Your Own Business”: Business Consultation and Business Plan Competition

The existence of Small Business Enterprise (SBE) can boost up our national economic growth. However, the amount of SBE is still small because becoming an entrepreneur is not popular here, especially among young adults in Indonesia. In fact, entrepreneurship could be the possible way to solve unemployment problem since the number of labor is increasing day by day. Moreover, a lot of mass media, especially radio, prefer to present entertainment and music rather than business topic.

“*Mind Your Own Business*” is a radio talk show program that presents business consultation for young adult entrepreneurs who want to start up their business. The listeners also have the opportunities to get the capital by joining business plan competition. The estimation for production cost is about Rp 715.000 per episode.

**Keywords: talk show, radio, program, consultation, entrepreneur, business plan, young adult.**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	vii
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GRAFIK DAN TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
<b>1. ANALISIS SITUASI.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.1.1. Problematika Pengangguran dan Perkembangan Usaha Kecil Menengah di Indonesia.....	1
1.1.2. Minimnya Informasi Wirausaha di Radio dan Kebutuhan akan Informasi bagi Pendengar.....	3
1.2. Hasil Riset Target Pendengar dan Target Pasar Program .....	4
1.2.1. Hasil Riset Target Pendengar Hard Rock FM.....	6
1.2.2. Hasil Riset Minat Pendengar terhadap Program Radio Khusus Wirausaha .....	6
1.3. Pernyataan Kebutuhan .....	8
<b>2. MANFAAT DAN TUJUAN PENGEMBANGAN PROTOTIPE .....</b>	<b>10</b>
2.1. Manfaat.....	10
2.1.1. Manfaat bagi Khalayak Pendengar.....	10
2.1.2. Manfaat bagi Pihak Radio .....	10
2.2. Tujuan.....	11
2.2.1. Tujuan Sosial .....	11
2.2.2. Tujuan Ekonomi .....	11
<b>3. PROTOTIPE YANG DIKEMBANGKAN .....</b>	<b>12</b>
3.1. Penjelasan Program <i>Talk Show "Mind Your Own Business"</i> .....	12
3.2. Stasiun Radio .....	13
3.3. Khalayak Sasaran .....	13
3.4. Analisis SWOT .....	14
3.5. Sponsorship .....	16
3.6. Prototipe Program .....	16

3.6.1. Posisi dan Diferensiasi Produk .....	16
3.6.2. Nama Program yang Diusulkan .....	16
3.6.3. Sinopsis Program .....	17
3.6.4. Usulan Jam Tayang .....	18
3.6.5. Durasi Program .....	19
3.6.6. Format Program .....	19
3.6.7. Konsep Program .....	21
3.6.8. Kru yang Dibutuhkan .....	23
3.6.9. Rundown .....	25
3.7. Strategi Promosi Program .....	27
3.7.1. Promosi di Stasiun Radio Sendiri .....	28
3.7.2. Promosi di Media Lain .....	28
3.7.3. Promosi di Media Online .....	28
<b>4. EVALUASI .....</b>	<b>29</b>
4.1. Rencana <i>Pre Test</i> .....	29
4.1.1. Metode <i>Pre Test</i> .....	29
4.1.2. Waktu <i>Pre Test</i> .....	30
4.1.3. Materi <i>Pre Test</i> .....	30
4.1.4. Instrumen <i>Pre Test</i> .....	30
4.2. Rencana Evaluasi .....	31
4.2.1. Metode Evaluasi .....	34
4.2.2. Materi Evaluasi .....	35
4.2.3. Waktu Evaluasi .....	35
4.2.4. Instrumen Evaluasi .....	35
<b>5. ANGGARAN .....</b>	<b>36</b>
5.1. Anggaran Pembuatan Prototipe .....	36
5.2. Rencana Anggaran Pembuatan Program .....	36
5.3. Prakiraan Pendapatan .....	37
5.4. Rencana Anggaran Evaluasi .....	38
<b>DAFTAR REFERENSI .....</b>	<b>39</b>

## DAFTAR GRAFIK DAN TABEL

Grafik 1.1 Minat Pendengar Hard Rock FM untuk Berwirausaha dalam Waktu Dekat .....	7
Grafik 1.2 Pernah Mendengar Program Radio tentang Wirausaha.....	7
Grafik 1.3 “Kemasan yang Tepat untuk Program Konsultasi Wirausaha” .....	8
Grafik 3.1 Format Clock <i>Mind Your Own Business</i> .....	19
Tabel 5.1 Anggaran Biaya Produksi Prototipe.....	36
Tabel 5.2 Rencana Anggaran Biaya Produksi Program “ <i>Mind Your Own Business</i> ” per Edisi .....	36
Tabel 5.3 Harga <i>Spot</i> Komersial di <i>Hard Rock FM</i> .....	37
Tabel 5.4 Rencana Anggaran Evaluasi Program “ <i>Mind Your Own Business</i> ” di <i>Hard Rock FM</i> .....	38

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Riset Khalayak	
Lampiran 2 Hasil Riset Khalayak	
Lampiran 3 Instrumen <i>Pre Test</i>	
Lampiran 4 Instrumen Evaluasi Produksi dan Kualitas Program juga Evaluasi Khalayak	
Lampiran 5 Profil Stasiun	
Lampiran 6 Production Copy Prototipe	

## **BAGIAN 1**

### **ANALISIS SITUASI**

#### **1.1. Latar Belakang**

##### **1.1.1 Problematika Pengangguran dan Perkembangan Usaha Kecil Menengah di Indonesia**

Problematika pengangguran merupakan masalah klasik di Indonesia hingga saat ini. Menurut data terakhir yang diperoleh dari Berita Resmi Statistik No. 33/05/Th. XIV, 5 Mei 2011, Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Indonesia pada Februari 2011 mencapai 6,80 persen. Jumlah ini mengalami penurunan dibanding TPT Agustus 2010 sebesar 7,14 persen dan TPT Februari 2010 sebesar 7,41 persen. (Statistik, 2011)

Meskipun mengalami penurunan, jumlah angkatan kerja terus meningkat dari tahun ke tahun. Jumlah angkatan kerja di Indonesia telah mencapai 119,4 juta orang. Jika dibandingkan angkatan kerja Agustus 2010, telah terjadi peningkatan sebesar 116,5 juta orang atau bertambah 3,4 juta orang dibanding Februari 2010 sebesar 116,0 juta orang. (Statistik, 2011)

Di tengah kondisi keterbatasan lapangan pekerjaan, fenomena pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia belakangan ini meningkat secara signifikan. Data *Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah* menunjukkan angka kenaikan yang ajek dalam 10 tahun terakhir. Pada akhir 2008, jumlah usaha kecil dan menengah di Indonesia mencapai 51,26 juta unit-terus naik hingga 39,5 persen sejak 1998. Pada 2009, sebagian pelaku usaha kecil-menengah-yang berbisnis kurang dari 10 tahun-berhasil menembus pintu ekspor Eropa yang terkenal "rewel" terhadap komoditas negara berkembang.

Pertumbuhan UKM di Indonesia merupakan langkah awal bagi perbaikan ekonomi nasional. Tak dapat dipungkiri bahwa keberadaan UKM mampu mendongkrak dan mempercepat pertumbuhan perekonomian di negara kita.

Profesi wirausaha merupakan salah satu upaya penyerapan tenaga kerja yang paling memungkinkan di tengah semakin bertambahnya jumlah angkatan kerja.

Kontribusi usaha kecil menengah terhadap penyediaan lapangan kerja cukup tinggi, bahkan diperkirakan bisa memberikan peluang kerja bagi 96.211.000 masyarakat Indonesia, dan menjadi donatur Pendapatan Domestik Bruto (PDB) hingga mencapai 56,53% (Bisnis UKM). Sejak tahun 2008 sampai 2011, tercatat ada sekitar 52,77 juta unit UKM di Indonesia yang telah memberikan lapangan pekerjaan cukup besar bagi masyarakat lokal yang ada di sekitar lokasi usaha. Kondisi ini tentu merupakan kabar baik bagi perekonomian Indonesia, mengingat UKM berperan penting sebagai saka guru dan penyelamat perekonomian nasional sejak krisis melanda Indonesia tahun 1999.

Di sisi lain, meskipun UKM mengalami peningkatan secara signifikan, kegiatan berwirausaha ternyata belum menjadi pilihan bagi sebagian besar penduduk Indonesia. Jumlah wirausaha di Indonesia hanya sekitar 0,24 persen dari jumlah penduduk di Indonesia sekitar 238 juta jiwa, berdasarkan data dari *Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah*. Padahal, untuk dapat dikatakan sebagai negara maju diperlukan setidaknya 2 persen jumlah wirausaha dari seluruh jumlah penduduk.

Oleh sebab itu, kegiatan berwirausaha saat ini masih terus digerakkan. Salah satu upaya pemerintah melalui *Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah* untuk meningkatkan minat berwirausaha adalah dengan meluncurkan “Gerakan Entrepreneur Indonesia” pada 2 Februari 2011 lalu (Kompas Female). Dengan berkembangnya kegiatan wirausaha, target pemerintah untuk menurunkan angka kemiskinan menjadi 8% di tahun 2014 bisa segera terwujud dengan penciptaan lapangan kerja bagi seluruh lapisan masyarakat Indonesia.

### 1.1.2 Minimnya Informasi Wirausaha di Radio dan Kebutuhan akan Informasi bagi Pendengar

Dewasa ini, fenomena generasi muda untuk terjun ke dunia wirausaha terus meningkat, yang ditandai dengan munculnya berbagai macam usaha kecil yang digawangi oleh anak muda, mulai dari produk hingga jasa. Perkembangan internet di Indonesia semakin mempermudah penjual dan pembeli untuk bertransaksi tanpa dibatasi ruang dan waktu.

Namun, meningkatnya minat usaha serta iklim usaha di kalangan generasi muda tidak diimbangi dengan informasi yang memadai mengenai peluang usaha dan juga edukasi keterampilan berwirausaha oleh media massa, khususnya radio. Faktanya, kebanyakan acara radio saat ini didominasi oleh program hiburan seperti musik. Sedangkan acara bertema wirausaha sangatlah sedikit persentasenya. Di Jakarta sendiri, belum pernah ada program radio yang membahas khusus tentang wirausaha. Pengetahuan atau informasi seputar bisnis dan wirausaha bagi kalangan muda masih terbatas pada tulisan pakar dalam bentuk buku atau *event* seminar yang diselenggarakan di kampus-kampus.

Dalam radio ada beberapa tipe program, seperti *news bulletin*, *chatshow*, *features*, dan *air magazine*. *News bulletin* seperti bentuk kebanyakan dalam menyampaikan sebuah berita merupakan bentuk yang lebih dekat dengan format yang formal. Di Indonesia sendiri, untuk *news bulletin* masih dipakai dalam *RRI pro 2*, *El Shinta*, dan lain-lain.

*Chat show* adalah ciri khas tiap radio, biasanya acara dipandu oleh penyiar yang jumlahnya lebih dari satu. *Chat show* adalah format umum program di radio dimana penyiar memperkenalkan tamu atau narasumber dan kemudian berbincang-bincang. Bincang-bincang itu berjalan sebagaimana wawancara pada umumnya yaitu untuk menggali pandangan, opini narasumber dan bukan untuk mempertentangkannya. (McLeish: 137)

Bentuk *talk show* atau *chat show* dianggap yang paling cocok sebagai kemasan program ini, agar pembahasan topik dapat dilakukan secara lebih mendalam. Dengan begitu, penyiar dapat menggali lebih dalam pandangan dan opini konsultan bisnis tersebut dalam memberikan konsultasi manajerial usaha.

Pemilihan radio *Hard Rock FM* sebagai stasiun radio yang dituju, karena radio ini dirasa pas dari segi segmentasi pendengarnya, yakni kalangan eksekutif muda berusia 20-30 tahun. Program *talk show* “*Mind Your Own Business*” diharapkan dapat menjadi panduan dan inspirasi pendengar *Hard Rock FM* yang berkarakter muda, adaptif, dan gemar mencoba hal baru, untuk berani terjun ke dunia wirausaha. Selain mendapat informasi, program ini berusaha membantu dan menjembatani mereka yang memiliki keterbatasan modal untuk merealisasikan usahanya.

Melalui program ini, penulis berusaha menyampaikan pesan “tidak perlu menunggu tua dan sukses untuk menjadi seorang pengusaha”. Ke depannya, penulis mengharapkan masyarakat dapat menjadi *trendsetter* untuk menciptakan lapangan pekerjaan sendiri, yang pada akhirnya akan meningkatkan iklim ekonomi yang positif di Indonesia dengan mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia.

## **1.2 Hasil Riset Target Pendengar dan Target Pasar Program**

Sebuah program radio akan menjadi program yang diminati pendengar jika program tersebut sesuai dengan kebutuhan mereka. Oleh sebab itu, sebelum membuat program, pengelola radio harus melakukan sebuah riset khalayak untuk mengetahui apa keinginan dan kebutuhan dari target pendengar radio tersebut. (Masduki, 2004)

Riset berarti mencari dan mengolah data dari lapangan menjadi informasi dan petunjuk. Penelitian khalayak radio (*audience research*) adalah aktivitas yang dilakukan untuk memperoleh gambaran tentang pendengar radio yaitu profil

lengkap dan perilaku pendengar radio. Materi data tersebut perlu diketahui untuk kepentingan siaran. Materi data terbagi dalam dua besaran. Pertama, identitas diri pendengar, jadwal mereka mendengar radio, pilihan acara favorit, penilaian plus-minusnya, motivasi mendengarkan acara, dan manfaat yang diperoleh. Kedua, profil lengkap pendengar secara geografis, psikografis, dan sosiografis. (Masduki, 2004)

Penulis berusaha untuk membuat *talk show* yang menarik dan berkualitas baik dalam hal *content* maupun *packaging*. Untuk itu, penulis melakukan riset sederhana yang terdiri dari, wawancara dengan para ahli, baik praktisi radio, dalam hal ini dari pihak *Hard Rock FM*, selaku stasiun radio yang dituju oleh penulis, serta konsultan bisnis.

Pengumpulan data riset yang dilakukan adalah melalui telesurvei dan survei berbasis online kepada 50 responden yang merupakan pendengar *Hard Rock FM*. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yakni sebuah metode di mana peneliti mencoba untuk mendapatkan sampel yang representatif disesuaikan dengan karakteristik yang dibutuhkan, bukan secara acak (Mustafa, 2000). Hal ini dilakukan agar penulis mendapatkan jawaban dan data relevan, sesuai target, dan representatif. Kelima puluh responden tersebut juga disesuaikan dengan target pendengar dalam program yang akan dikembangkan. Jumlah responden dianggap sudah cukup mewakili populasi pendengar radio *Hard Rock FM*.

Selain itu, informasi mengenai bagaimana strategi *programming* yang tepat agar program menarik, berkualitas serta sukses di pasaran diperoleh penulis melalui wawancara dengan Iwet Ramadhan, penyiar *Hard Rock FM* sekaligus entrepreneur muda. Alasan pemilihan informan ini karena pengalamannya selama sepuluh tahun di dunia radio.

Informan kedua adalah Marco Anjasmoro, *Program Director Hard Rock FM*, untuk mengetahui lebih dalam mengenai karakteristik program yang sesuai

dengan segmentasi *Hard Rock FM* berikut ciri khas setiap program di *Hard Rock FM*.

### **1.2.1 Hasil Riset Target Pendengar Hard Rock FM**

Responden yang dipilih dalam riset ini adalah berusia 20-30 tahun, menasar profesional muda yang berdomisili di Jabodetabek. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan penulis kepada 50 orang pendengar *Hard Rock FM*, hampir semuanya berasal dari status ekonomi sosial AB+ dengan pengeluaran rata-rata di atas Rp 3.000.000 per bulan. Selain itu, sebagian besar mengenyam pendidikan terakhir S1 dan saat ini bekerja sebagai pegawai swasta.

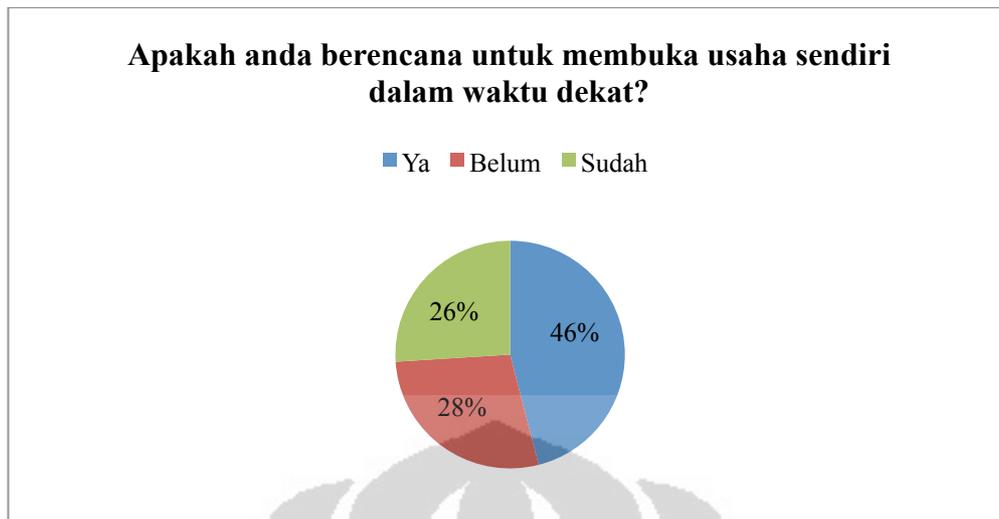
Menurut hasil riset AC Nielsen, kebiasaan pendengar mendengarkan radio di hari kerja terbanyak pada pukul 07.00 – 08.00 disaat berangkat memulai aktivitas dan di sore harinya terbanyak pada pukul 18.00 – 19.00. (lihat lampiran 2: “*Time Listening Habit Weekdays*”)

Sedangkan kebiasaan mendengarkan radio di akhir pekan terbanyak yaitu pada pukul 13.00-14.00 dan di malam harinya pada pukul 21.00 – 22.00. (lihat lampiran 2: “*Time Listening Habit Weekend*”)

### **1.2.2 Hasil Riset Minat Pendengar terhadap Program Radio Khusus Wirausaha**

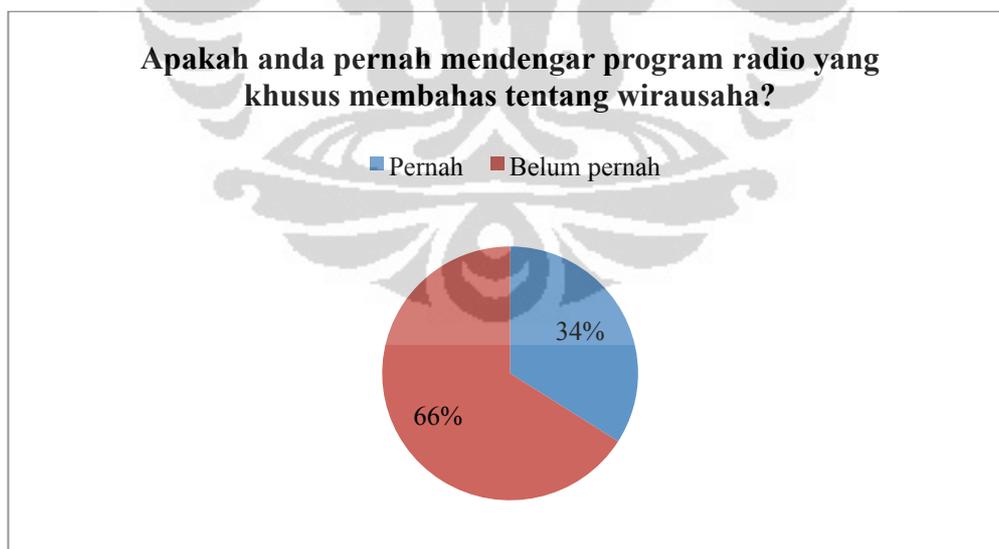
Berdasarkan hasil riset kepada 50 pendengar *Hard Rock FM*, dapat disimpulkan seluruh responden memiliki minat dengan dunia wirausaha dan membutuhkan informasi tentang bisnis dan wirausaha. Mereka menyambut positif rencana *Hard Rock FM* untuk membuat program radio semacam ini. Informasi ini mereka perlukan karena mayoritas responden menyatakan berencana membuka usaha sendiri dalam waktu dekat, bahkan beberapa di antaranya sudah menjalani wiraswasta.

**Grafik 1.1 Minat Pendengar Hard Rock FM untuk Berwirausaha dalam Waktu Dekat**



Selain itu, sebagian besar mengakui belum pernah mendengar program radio yang khusus mengenai wirausaha. Ini menjadi peluang bagi *Hard Rock FM* untuk menyajikan informasi ini di segmennya.

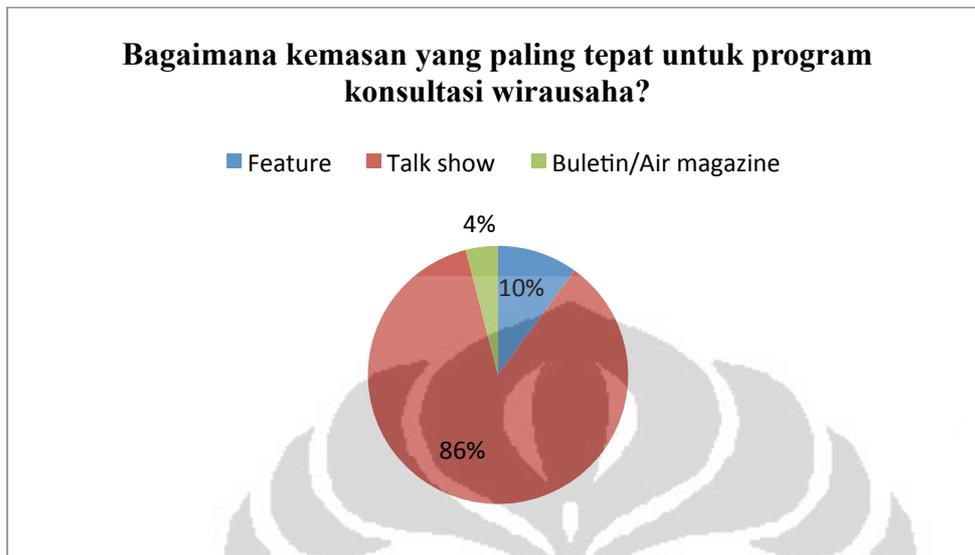
**Grafik 1.2 Pernah Mendengar Program Radio tentang Wirausaha**



Dari hasil survei didapatkan bahwa mayoritas dari mereka membutuhkan informasi mengenai cara dan tips memulai sebuah usaha, mulai dari mendapatkan modal, strategi pemasaran yang tepat, juga mengenai peluang usaha yang ada saat ini. Dengan demikian, *talk show* merupakan kemasan yang paling banyak dipilih

pendengar untuk mendapatkan informasi dan konsultasi wirausaha, untuk menciptakan suasana yang interaktif.

**Grafik 1.3 “Kemasan yang Tepat untuk Program Konsultasi Wirausaha”**



### 1.3 Pernyataan Kebutuhan

Umumnya, kebanyakan orang yang sudah punya bayangan tentang bisnis impiannya belum berani terjun merealisasikannya karena berbagai hal. Mulai dari belum tahu cara memulainya hingga permasalahan klasik seperti modal. Masalah lainnya, pebisnis pemula belum memiliki kekuatan tawar-menawar dengan pembuat kebijakan. Karena itulah, pengusaha kecil harus menekankan untuk bergerak dengan modal, kreativitas, dan inovasi sendiri.

Motivasi merupakan hal dasar yang menjadikan pelaku usaha mampu membuat inovasi kreatif. Motivasi akan "memaksa" pengusaha menata manajemennya dengan efektif. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil-Menengah mencatat, Indonesia memiliki lebih dari 40 juta pelaku UKM. Tapi yang benar-benar tercatat sebagai wirausaha (*entrepreneur*) sejati dengan motivasi tinggi hingga akhir 2007 baru sekitar 0,18 persen atau 400 ribu orang. Atas dasar itulah penulis merasa bahwa perlu dilakukan usaha lebih dalam untuk memotivasi semangat wirausaha

dengan membuat sebuah program radio yang dapat menjadi referensi anak muda untuk memperoleh informasi, tips, dan konsultasi bisnis berikut seluk-beluknya.

Permasalahan lainnya, pengusaha kecil biasanya cenderung menangani sendiri semua proses dari hulu ke hilir. Dari produksi hingga pemasaran dijalankan oleh satu tangan sehingga ujung-ujungnya mereka menjadi tidak produktif. Masalah lainnya adalah akses yang sulit ke lembaga pembiayaan dan perbankan dan masih banyak lagi. Melalui konsultasi dengan ahlinya, program ini berusaha menjawab dan memberikan solusi pada berbagai permasalahan klasik mekanisme kerja UKM semacam ini agar dapat mengembangkan potensinya lebih baik lagi.



## **BAGIAN 2**

### **MANFAAT DAN TUJUAN PENGEMBANGAN PROTOTYPE**

#### **2.1. Manfaat**

##### **2.1.1. Manfaat bagi khalayak pendengar**

- Menginspirasi masyarakat khususnya dewasa muda untuk berani berwirausaha, membuka lapangan pekerjaannya sendiri yang kemudian ikut berpartisipasi mengurangi pengangguran di Indonesia.
- Memberikan informasi, pemahaman, dan edukasi seputar dunia bisnis dan kewirausahaan mulai dari cara memulai bisnis baru, peluang usaha, hingga cara pemasaran yang kreatif.
- Memberikan motivasi dan mengasah kreativitas pendengar di bidang bisnis agar dapat lebih mengembangkan potensi usahanya.
- Membantu mewujudkan impian pendengar yang memiliki keterbatasan modal untuk mendapatkan suntikan dana dari investor.

##### **2.1.2. Manfaat bagi pihak radio**

- Kredibilitas secara sosial: menunjukkan pada masyarakat bahwa radio tidak hanya berisikan musik, hiburan, dan informasi gaya hidup saja, tetapi juga menyajikan informasi praktis mengenai wirausaha dan bisnis bagi pendengarnya.
- Manfaat ekonomis: dengan adanya program mengenai konsultasi bisnis dan kompetisi ide bisnis ini, pihak stasiun radio bisa mendapatkan pemasukan dari pengiklan, terutama dari sektor perbankan yang kian banyak menawarkan program pengembangan UKM dengan pinjaman lunak.

## **2.2. Tujuan**

Program mengenai wirausaha yang direncanakan untuk dikembangkan ini memiliki tujuan sebagai berikut:

### **2.2.1. Tujuan sosial**

Program ini memiliki tujuan untuk:

- Memenuhi kebutuhan pendengar akan konsultasi bisnis dan wirausaha
- Menginspirasi dan mendorong pendengar untuk membuka lapangan pekerjaannya sendiri dan sukses bergelut di dalamnya
- Membuka wawasan dan memberikan pengetahuan berikut solusi alternatif bagi pendengar yang baru atau akan memulai berwirausaha
- Membuka kesempatan pada pendengar yang tidak mempunyai modal untuk merealisasikan ide bisnisnya
- Mendorong dan mendukung program pemerintah dengan membantu memotivasi peningkatan jumlah UMKM yang berujung pada perbaikan iklim ekonomi di Indonesia.

### **2.2.2 Tujuan ekonomi**

Dengan melihat dari sudut pandang industri media, maka tak dapat dipungkiri, keberadaan program ini tak bisa lepas dari tujuan finansial untuk memperoleh keuntungan atau profit yang sebesar-besarnya. Adapun tujuan ekonomis yang diharapkan, yaitu:

- Dapat menarik pengiklan dengan menawarkan program yang menarik dengan segmen pasar yang terbidik dengan baik.
- Dapat menarik perhatian perusahaan-perusahaan yang memiliki program terkait peluang usaha, seperti misalnya pinjaman lunak usaha kecil dan sebagainya, untuk memasang iklan atau pun mensponsori acara ini.

## **BAGIAN 3**

### **PROTOTIPE YANG DIKEMBANGKAN**

#### **3.1 Penjelasan Program *Talk Show "Mind Your Own Business"***

Program yang direncanakan untuk dikembangkan akan menyajikan sebuah bincang-bincang konsultasi bisnis. Perencanaan ini disesuaikan dengan riset yang menunjukkan bahwa pendengar *Hard Rock FM* memiliki ketertarikan di dunia wirausaha sehingga membutuhkan informasi mengenai hal tersebut. Rencana ini juga didukung oleh *Program Director Hard Rock FM* yang menyatakan bahwa belum ada program serupa yang pernah dibuat sebelumnya, terutama untuk segmen dewasa muda.

Hasil riset khalayak menunjukkan bentuk *talk show* merupakan yang paling banyak dipilih oleh responden sebagai kemasan yang paling tepat untuk program ini, yakni sebesar 86%. *Talk show* merupakan bentuk yang efektif untuk menggali pembahasan yang lebih mendalam mengenai suatu topik dan tercipta suasana interaktif antara penyiar, narasumber, dan pendengar.

#### **3.2 Stasiun Radio**

Program ini rencananya akan disiarkan di *Hard Rock FM* Jakarta. Alasan pemilihan radio *Hard Rock FM* sebagai stasiun pemasangan program adalah karena program ini dirasa sangat pas dengan segmentasi pendengarnya, yang dikenal dengan sebutan *Hard Rockers*. *Hard Rockers* adalah kalangan dewasa muda yang berusia 20-30 tahun dengan status sosial ekonomi AB+. Mereka adalah kalangan menengah ke atas, biasanya baru lulus kuliah atau baru memasuki dunia kerja (*firstjobbers*), bergaya hidup tinggi tetapi belum dapat dikatakan mapan dari segi finansial.

Pada kondisi tersebut, rata-rata mereka belum memiliki banyak pengalaman dalam mengatur, menyusun serta merencanakan investasi. Pada usia inilah saat

yang tepat untuk memotivasi mereka untuk berinvestasi dengan cara menjadi wirausaha.

### 3.3 Khalayak Sasaran

Penulis kemudian mengkategorikan segmentasi pasar dengan menggunakan strategi segmentasi yang membagi pasar berdasarkan: geografis, demografis, status sosial ekonomi, dan psikografis.

Khalayak sasaran untuk rancangan program *talk show* mengenai ini pada umumnya sama dengan khalayak pendengar dari *Hard Rock FM* yaitu sebagai berikut:

#### a. Geografis

Geografis membedakan pendengar berdasarkan wilayah tempat tinggalnya, misalnya wilayah dalam suatu negara, pulau, provinsi, kota dan seterusnya (Khasali, 1998, h.78). *Hard Rock FM* mengudara di beberapa kota, yakni Jakarta, Bandung, Surabaya, dan Bali. Siarannya dapat didengar di semua daerah melalui *streaming online* di [www.hardrockfm.com](http://www.hardrockfm.com). Program ini hanya khusus akan disiarkan di Jakarta dan tidak akan di-*relay* ke kota lain.

#### b. Demografis

Demografis membedakan pendengar berdasarkan karakteristik demografi seperti usia, pendidikan, pekerjaan dan sebagainya (Khasali, 1998, hal.78). Secara demografi, khalayak sasaran pendengar program ini masuk ke dalam kategori target pendengar dewasa muda yaitu usia 20-30 tahun, dan tidak membatasi gender. Menurut hasil survei terhadap 50 pendengar *Hard Rock FM*, mayoritas diantaranya mengenyam pendidikan di perguruan tinggi jenjang S1 dan berprofesi sebagai pegawai swasta.

### c. Status Sosial Ekonomi

Target pendengar *talk show* bisnis dan wirausaha ini disesuaikan dengan status sosial ekonomi pendengar *Hard Rock FM*, yaitu AB+. AB+ adalah kalangan menengah ke atas, dengan penghasilan per bulan di atas Rp 3.000.000,00.

### d. Psikografis

Psikografi adalah variabel-variabel yang digunakan untuk mengukur gaya hidup. Bahkan seringkali istilah psikografi dan gaya hidup digunakan secara bergantian. Beberapa variabel psikografi adalah sikap, nilai, aktivitas, minat, dan opini. Karakter *Hard Rockers* adalah berpikiran terbuka dan selalu menjadi trendsetter di lingkungannya. Berdasarkan hasil riset pendengar *Hard Rock FM*, diketahui bahwa mereka memiliki minat dengan wirausaha dan berniat untuk membuka usaha sendiri.

## 3. 4 Analisis SWOT

### a. Kekuatan–kekuatan (*Strengths*)

- Diputar di *Hard Rock FM*, yang merupakan radio komersil yang telah dikenal pendengar sebagai radio eksekutif muda
- Program ini memberikan informasi dan edukasi kepada generasi muda yang ingin atau baru memulai bisnisnya.
- Tidak hanya memberi informasi dan konsultasi mengenai tips dan trik berwirausaha, tetapi juga ada *business plan* bagi pendengar, sehingga membuka kesempatan bagi pendengar untuk mewujudkan usaha impiannya dengan dukungan modal dari investor.
- Target pasar yang jelas, sehingga tidak akan sulit mencari pemodal atau pengiklan karena pasar dari program ini merupakan pasar yang potensial.

### b. Kelemahan-kelemahan (*Weaknesses*).

- Pembahasan topik mengenai ekonomi dan bisnis acapkali dianggap cukup membosankan. Ditambah lagi, karena masuk ke dalam kategori *special show*, membuat program ini rencananya mendapat slot siar pada malam hari yang

otomatis jumlah pendengarnya lebih sedikit, sehingga acara ini harus dikemas dengan segar agar pendengar tidak mudah bosan.

- Program ditayangkan di radio, dimana radio adalah media yang bersifat auditif sehingga pendengar tidak dapat melihat gambar, foto, atau visualisasi lainnya yang mungkin akan lebih mendukung informasi yang disampaikan
- Radio sebagai media selintas, membuat pendengar radio biasanya membutuhkan informasi yang dapat didengar secara instan dan selintas pula. Hal ini membuat program *talk show* yang berdurasi dua jam ini berpotensi membuat bosan pendengar jika tidak dikemas dengan menarik.

#### c. Peluang-peluang (Opportunities)

- Mulai bermunculan kegiatan-kegiatan wirausaha yang digawangi generasi muda. Pertumbuhan wirausaha di kalangan anak muda semakin meningkat. Informasi ini dapat menjadi referensi dan jawaban atas segala permasalahan mereka dalam berbisnis.
- Sudah banyak buku yang beredar di pasaran dan membahas seputar bisnis dan menjadi wirausaha. Program *talk show* semacam ini bisa menjadi siasat dan alternatif bagi kalangandewasa muda yang membutuhkan informasi ini namun memiliki sedikit waktu atau tidak sempat membaca buku dan menghadiri seminar.
- Program berbentuk *chat show* yang khusus secara reguler membahas tentang wirausaha belum pernah ada sebelumnya di *Hard Rock FM*, maupun radio dengan target pendengar dewasa muda lainnya di Jakarta. Meskipun terdapat *talk show* sejenis, kebanyakan menyasar kalangan dewasa seperti radio bisnis *Pas FM*. Dapat dikatakan, program ini sebagai salah satu terobosan baru di segmennya.

#### d. Ancaman-ancaman (Threats)

- Masih sedikit pendengar radio terutama anak muda yang memiliki minat besar dan berani untuk membuka lapangan pekerjaannya sendiri
- Jika dibandingkan dengan isu politik, pembahasan mengenai bisnis dan wirausaha belum mendapat cukup perhatian dari pendengar. Oleh karena itu

program ini harus mampu bersaing dengan program-program lainnya dan memberikan alternatif informasi bagi pendengar di tengah maraknya persaingan program *talk show* radio.

### **3.5 Sponsorship**

Dalam rancangan pengembangan program “*Mind Your Own Business*” dalam paket siaran 13 episode atau tiga bulan akan membuka kemungkinan masuknya sponsor tetap yang berhubungan dengan bank, *gadget*, dan berbagai produk *lifestyle*.

### **3.6 Prototipe Program**

#### **3.6.1. Posisi dan Diferensiasi Produk**

Program “*Mind Your Own Business*” memposisikan diri sebagai program yang menghadirkan bincang-bincang seputar tips dan trik berwirausaha yang ditujukan untuk mereka yang baru memulai terjun ke dunia bisnis. Yang menjadi keunikan lain adalah adanya kompetisi ide bisnis, yang akan melahirkan *entrepreneur* muda Indonesia. Pendengar yang memiliki ide kreatif dan brilian dapat mewujudkan impiannya dengan mengikuti kompetisi ini dan berhadiah suntikan dana dari pemodal (*angel investor*).

#### **3.6.2. Nama Program yang Diusulkan**

*Hard Rock FM* senantiasa menggunakan nama yang menarik dan menggelitik dalam setiap programnya. Seperti “*Career Coach*” untuk program motivasi karier, “*Provocative Proactive*” untuk program *talk show* politik, “*Drive and Jive*” untuk siaran sore, dan sebagainya. Mayoritas nama program di *Hard Rock FM* menggunakan bahasa Inggris dengan alasan lebih menarik dan mudah diingat. Pemilihan judul program disesuaikan dengan karakter dan identitas pendengar yang berasal dari kalangan AB+, bahasa Inggris telah menjadi bagian dari bahasa sehari-hari mereka.

Pemilihan nama program “*Mind Your Own Business*” telah melewati tahap survei yang dilaksanakan kepada 50 pendengar *Hard Rock FM*. Dari dua pilihan nama yang diajukan, didapatkan sebanyak 38 responden yang memilih “*Mind Your Own Business*”.

Makna dari “*Mind Your Own Business*” ini diangkat dari sebuah idiom bahasa Inggris, yang artinya jangan ikut campur urusan orang lain. Namun, dalam konteks program ini, kalimat ini memiliki makna “mulailah berpikir untuk membangun usaha sendiri.” Nama ini juga telah melalui persetujuan *Program Director Hard Rock FM*. Pertimbangan lainnya adalah istilah “*Mind Your Own Business*” terdengar familiar sehingga mudah diingat oleh pendengar.

### 3.6.3 Sinopsis Program

“*Mind Your Own Business*” adalah sebuah program *chat show* radio yang membahas panduan dan informasi tentang bisnis dan wirausaha bagi dewasa muda dikombinasikan dengan *reality show* berupa kompetisi ide bisnis. Program ini dipandu oleh seorang *host* dan menghadirkan satu konsultan bisnis tetap di setiap episodenya. Program ini terbagi menjadi dua sesi:

- **Sesi pertama: Bincang-bincang bisnis** (60 menit)

Sesi ini, terdiri atas empat *talk*, berisi bincang-bincang mengenai tips dan trik berbisnis untuk pemula. Dalam setiap episodenya, kami menghadirkan satu konsultan bisnis dari yang menjadi narasumber tetap dan membahas satu topik spesifik.

- **Sesi kedua: “*Seal The Deal*”** (60 menit)

Di sesi kedua adalah segmen “*Seal The Deal*”. “*Seal The Deal*”, merupakan sebuah *reality show* kompetisi ide bisnis yang dibuat berseri. Setiap satu *cycle* (4 minggu) akan terpilih satu pemenang. Ide bisnis pemenang kemudian akan direalisasikan dengan bantuan dana investor.

### 3.6.4 Usulan Jam Tayang

Ada beberapa aspek yang menjadi pertimbangan penulis dalam mengusulkan jam tayang, yaitu mobilitas sasaran khalayak, kebutuhan dan ketertarikan khalayak, kontinuitas susunan program dengan program sebelumnya, dan kompetisi dengan stasiun radio lain.

Program “*Mind Your Own Business*” akan disiarkan satu minggu sekali, setiap hari Rabu pukul 21.00-23.00. Pengajuan jam tayang ini mempertimbangkan waktu luang yang dimiliki segmen pendengar ini. Pada waktu ini, pendengar biasanya sudah berhenti beraktivitas dan lepas dari kesibukannya. Berdasarkan riset, pendengar lebih memilih dan menyarankan untuk mendengarkan di malam hari, karena mayoritas pendengar sudah memiliki waktu luang pada jam tersebut.

Pertimbangan lainnya yakni adanya berdasarkan masukan dari *Program Director Hard Rock FM*, bahwa *special show* yang membahas topik khusus semacam ini, membutuhkan durasi yang lebih lama agar pembahasan dapat dilakukan secara lebih mendalam, sehingga tidak mungkin dimasukkan ke siaran pagi atau sore karena akan terlalu padat dan berpotensi membosankan.

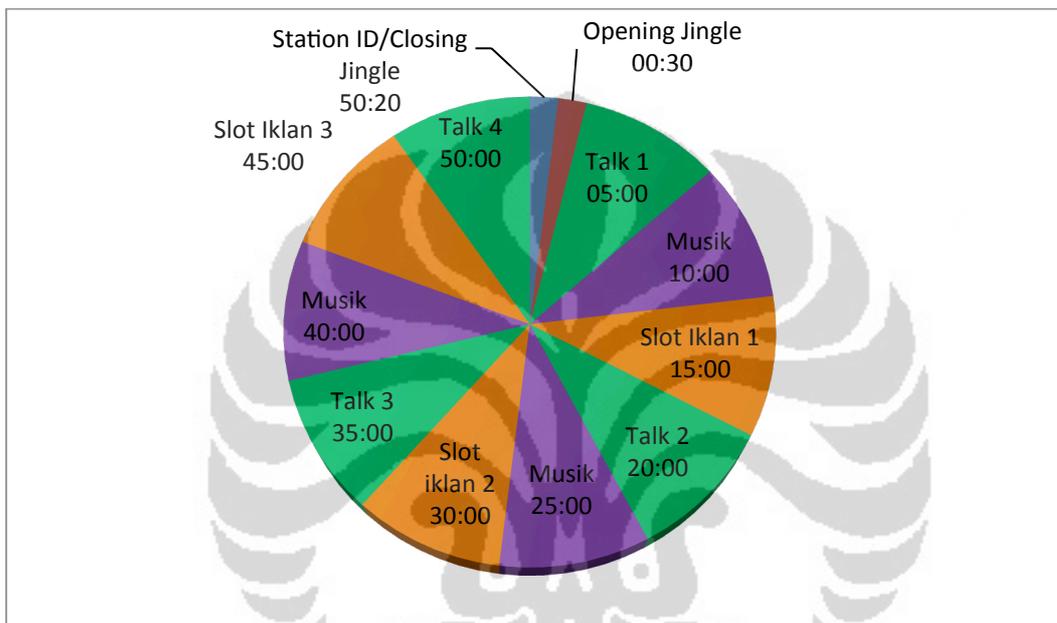
Mengingat saat ini fenomena anak muda yang ingin terjun ke dunia wirausaha semakin meningkat, penulis berharap segmen kompetisi ide bisnis “*Seal the Deal*” bisa menjadi penarik bagi pendengar untuk berpartisipasi dan mendengarkan program ini.

Dengan kondisi ini, penulis berharap program *chat show* wirausaha ini dapat bersaing dan bisa menghadirkan bincang-bincang yang informatif sekaligus menghibur bagi pendengar.

### 3.6.5 Durasi Program

Sesuai dengan perencanaan, program ini akan dibuat dalam durasi dua jam. Pertimbangannya adalah durasi ini dirasa cukup untuk membahas satu topik mengenai wirausaha selama satu jam dan satu jam terakhir merupakan kompetisi ide bisnis.

**Grafik 3.1 Format Clock *Mind Your Own Business***



### 3.6.6 Format Program

Program “*Mind Your Own Business*” merupakan *talk show* yang terdiri dari dua sesi. Di sesi pertama akan membahas satu topik terkait wirausaha. Tujuannya adalah agar pendengar lebih fokus dan mendapatkan informasi yang lebih jelas. Di setiap episode, produser mengundang satu konsultan untuk berbagi informasi kepada pendengar mengenai topik tersebut selama satu jam pertama siaran.

Selain konsultasi dengan ahlinya, talk juga akan diisi dengan insert persona pebisnis muda inspiratif untuk berbagi kisah tentang kesuksesannya dalam menjalankan bisnis. Insert ini bisa berupa mengundang praktisi bisnis untuk hadir ke studio ataupun via telepon.

Di jam ke jam kedua, masuk ke segmen kompetisi adu ide bisnis "*Seal The Deal*". "*Seal The Deal*" merupakan *reality show* berseri pertama di radio yang mengadu kreativitas *Hard Rockers* di bidang wirausaha, yakni *pitching* ide bisnis mereka kepada investor. *Reality show* ini dibuat berseri dalam empat episode. Setiap empat episode, terpilih satu pemenang. Para peserta "*Seal The Deal*" adalah mereka yang memiliki ide wirausaha yang brilian namun tidak memiliki modal untuk merealisasikannya.

- Episode pertama, penyiar mengundang *Hard Rockers* untuk mengirimkan *business plan* mereka. Penyiar akan memberikan penjelasan mengenai aturan main "*Seal The Deal*". Tim kreatif dan konsultan akan memilih ide yang terbaik yang kemudian diumumkan di episode selanjutnya.
- Episode kedua, penyiar akan membacakan beberapa *business plan* yang telah masuk berikut komentar dari konsultan.
- Episode ketiga akan diumumkan dua finalis terbaik dan satu finalis favorit pilihan *Hard Rockers*. Ide yang terpilih adalah yang paling masuk akal, menarik, dan unik. Mereka inilah yang kemudian akan diadu hingga ke tahap akhir. Para kontestan akan mempresentasikan ide bisnisnya ke *angel investor*. *Angel investor* adalah pemodal yang menginvestasikan uangnya di perusahaan bisnis wirausaha. Tidak seperti bankir atau kapitalis, motivasi para *angel investor* ini semata bukan mencari keuntungan. Mereka ingin membantu wirausahawan pemula untuk meraih sukses. Mereka rela mengambil resiko dan tidak meminta bagian dari usaha tersebut yang mungkin ke depannya bernilai tinggi. (*Angel Investor*)

Di episode ini, para kontestan diberi tantangan untuk mempresentasikan (*raw pitch*) *on air* rancangan usahanya kepada *angel investor* melalui telepon hanya dalam waktu 3 menit. Kemudian, *angel investor* akan mengomentari dan mengupas ketidaksiapan kontestan. Penyiar akan mengundang pendengar untuk memberikan *vote* melalui website [www.hardrockfm.com](http://www.hardrockfm.com). Di website, tiga kontestan ini juga menjabarkan

secara rinci tentang ide bisnisnya dalam video yang mereka buat agar para pendengar dapat melihat dengan jelas konsep bisnis setiap kontestan.

- Di episode keempat, pemenang utama akan diundang ke studio dan bertemu langsung dengan investor. Pemenang diberi kesempatan untuk merealisasikan rancangan bisnis tersebut dengan suntikan dana dari sang investor

### 3.6.7 Konsep Program

Pada setiap episodanya, chat show ini akan mengupas tuntas satu topik, dengan alasan agar pembahasan dapat dilakukan lebih mendalam. *Chat show* akan dibawakan dengan bahasa yang informal sesuai dengan target pendengarnya yakni kalangan dewasa muda, gaya penyajian santai, menyenangkan, dengan menggunakan istilah-istilah bisnis yang sederhana sehingga akan mudah dimengerti oleh pebisnis pemula.

Host yang rencananya akan membawakan program ini adalah Iwet Ramadhan. Ia sebelumnya telah dikenal sebagai penyiar *Good Morning Hard Rockers Show* selama empat tahun terakhir. Berdasarkan hasil riset khalayak, mayoritas responden memilih Iwet Ramadhan dengan alasan ia merupakan sosok yang paling pas dengan konsep dan karakter program. Latar belakangnya sebagai pebisnis diharapkan akan lebih memahami topik yang disampaikan.

Sedangkan, untuk konsultan bisnis akan didatangkan dari *Kinara Indonesia*, sebuah perusahaan inkubator bisnis yang bertujuan menjadi partner bagi para rekan-rekan pengusaha, terbuka baik bagi mereka yang telah menjalankan bisnis maupun yang memiliki ide suatu bisnis, khususnya UKM.

Namun, dalam penggarapan prototipe, program ini dibawakan oleh Dinar Gumilang, yang juga merupakan penyiar *Hard Rock FM* Jakarta.

Untuk tahap awal, sebanyak 13 episode telah disiapkan, dan total tahap awal siaran selama tiga bulan. Tema-tema yang akan diangkat adalah:

**1. *It's Fun to Have Business!***

Di episode pertama, host akan lebih banyak berbicara tentang pengenalan program berikut aturan main *Seal The Deal*. Tujuan awal dari episode pertama ini adalah memotivasi dan mengajak pendengar untuk mulai berbisnis dengan menjabarkan keuntungan-keuntungan yang didapat dari berwiraswasta.

**2. *How To Make a Business Plan***

Membahas tips menyusun rencana bisnis yang baik dan benar dan berbagai hal yang harus diperhatikan sebelum memulai sebuah bisnis.

**3. *Kupas Tuntas Mendapatkan Modal Usaha***

Memberikan pemahaman bahwa modal bukanlah hambatan utama untuk memulai sebuah usaha. Modal bisa didapat dari mana saja, mulai dari orangtua, sanak saudara, hingga pinjaman lunak yang ditawarkan di bank.

**4. *Tips dan Trik Menghadapi Persaingan Bisnis***

Di tengah persaingan bisnis yang dihadapi, pebisnis harus bisa berpikir *out of the box* agar bisnis mereka tetap berada di kondisi terbaik. Topik yang dibahas seputar tips dan trik evaluasi bisnis, mulai dari fondasi yang kuat, efisiensi kerja, hingga *team work* yang solid.

**5. *Kesalahan Umum yang Sering Dilakukan Wirausahawan terkait Persoalan Hukum***

Pebisnis pemula biasanya belum terlalu mahir dan paham mengenai regulasi hukum. Di episode ini, host dan konsultan akan mengulas seputar cara mendirikan CV, pentingnya mendaftarkan hak merek dan seluk beluk pajak.

**6. *Establishing Your Image***

Membahas bagaimana mencari nama yang tepat untuk produk, membentuk citra perusahaan dan citra merek,

**7. *Online Business***

Di episode ini akan membahas syarat-syarat utama untuk mendirikan bisnis berbasis online, mulai dari pembuatan domain website, konten, hingga pemeliharaan sistem.

#### **8. Peluang Bisnis Makanan dan Minuman**

Merupakan bisnis yang paling banyak diminati masyarakat, sehingga perlu ada satu episode khusus yang mengupas seluk beluk bisnis makanan dan minuman berikut peluang usahanya.

#### **9. Seluk beluk Bisnis *Wedding Organizer***

Pernikahan merupakan momen hidup spesial dalam setiap hidup orang. Oleh karena itu permintaan untuk membuat pesta yang unik dan tematik semakin meningkat. Inilah yang menjadikan bisnis wedding organizer terus berkembang terutama di kota-kota besar.

#### **10. Peluang Bisnis Waralaba**

Membahas jenis-jenis bisnis waralaba, mulai dari waralaba lokal hingga internasional berikut plus minusnya.

#### **11. Membaca Pasar melalui Riset Konsumen**

Studi kelayakan merupakan hal terpenting sebelum memulai bisnis. Di episode ini akan membahas kegunaan dan cara menyusun riset baik riset awal maupun riset evaluasi.

#### **12. Pemasaran *offline* dan *online***

Mengupas metode-metode pemasaran kreatif baik offline maupun online.

#### **13. Peran Situs Jejaring Sosial dalam Pemasaran**

Jejaring sosial telah menjadi alat pemasaran yang efektif untuk menjangkau konsumen. Host dan konsultan akan membahas tuntas strategi penggunaan situs jejaring sosial agar pemasaran bisa lebih maksimal.

### **3.6.8 Kru yang dibutuhkan**

Kru atau tim produksi yang dibutuhkan untuk program “Mind Your Own Business” ini adalah:

1. Produser, yang memiliki tugas dan tanggung jawab antara lain:
  - Bertanggung jawab atas produk yang dihasilkan

- Menyediakan produk tepat pada waktunya
  - Mengkoordinir tim produksi
  - Mengatur alur kerja tim produksi
  - Menyediakan semua keperluan tim produksi
  - Menjadi jembatan tim dengan pihak lain (Mawardi, 2008)
2. Penulis naskah, yaitu pengemas ulang hasil reportase lapangan menjadi sebuah teks berita layak siar, atau perancang berbagai bentuk kemasan berita yang diambil dari berbagai sumber sekunder (Masduki, 2001)
  3. Pelaksana riset, yang bertugas memastikan keakuratan data dan pengayaan data melalui riset (Mawardi, 2008, para.4)
  4. Penyiar, bertugas dan bertanggung jawab menyajikan materi siaran kepada para pendengar dengan membacakan naskah yang telah disiapkan oleh reporter atau penulis naskah. (Effendy, 1991, hal. 126)
  5. Operator produksi, yang memiliki tugas dan tanggung jawab antara lain:
    - Memproduksi sesuai perintah produser
    - Memiksing bahan mentah menjadi sebuah bahan layak siar
    - Mengerjakan dalam tempo sesuai keperluan tim (Mawardi, 2008, para.4)

### 3.6.9 Rundown

#### Rundown *Talk Show* Wirausaha “*Mind Your Own Business*” di *Hard Rock FM*

Edisi Rabu, 25 Januari 2012 pukul 21.00-23.00 WIB

(Tema: *It's Fun to Have Business!* )

Pukul 21.00-22.00

<b>Struktur</b>	<b>Durasi</b>	<b>Running order</b>
<i>Standard Opening</i>	5”	<i>Station ID Hard Rock FM</i>
	25”	<i>Opening Jingle “Mind Your Own Business”</i>
<i>Talk 1</i>	5’	Pembukaan/intro oleh penyiar: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Perkenalan Program “<i>Mind Your Own Business</i>”</li> <li>• Perkenalan segmen “<i>Seal The Deal</i>”</li> </ul>
	3’-5’	Musik
	3’	Slot iklan 1
<i>Talk 2</i>	5’	<i>Jingle pendek “Mind Your Own Business”</i> Kenapa kita harus berwirausaha?
	3’	Slot iklan 2
	5”	<i>Station ID</i>
	3-5’	Musik
<i>Talk 3</i>	5’	Tips memulai wirausaha untuk pebisnis pemula
	3’	Slot iklan 3
	4’	Musik
	5”	<i>Station ID</i>
<i>Talk 4</i>	5’	<i>Insert caller</i> : Pebisnis muda sukses
	5”	<i>Station ID</i>

Pukul 22.00-23.00

**SEAL THE DEAL**

<b>Struktur</b>	<b>Durasi</b>	<b>Running Order</b>
<i>Talk 1</i>	15" 5'	Jingle segmen " <i>Seal The Deal</i> " <i>Insert caller</i> Kontestan 1
	3-5' 3'	Musik Slot iklan 1
<i>Talk 2</i>	5" 5'	Jingle pendek segmen " <i>Seal The Deal</i> " <i>Insert caller</i> Kontestan 2
	3' 3-5" 5"	Slot iklan 2 Musik Jingle pendek " <i>Mind Your Own Business</i> "
<i>Talk 3</i>	5'	<i>Angel investor</i> mengomentari kelebihan dan kekurangan presentasi konsultan
	3'	Slot iklan 3 Musik
<i>Talk 4</i>	2" 20" 5"	Penutup oleh penyiar <i>Closing jingle</i> " <i>Mind Your Own Business</i> " <i>Station ID</i>
Total	60'	

**Rundown versi Prototipe Talk Show Wirausaha “Mind Your Own Business” di Hard Rock FM**

<b>Struktur</b>	<b>Durasi</b>	<b>Running order</b>
<i>Standard Opening</i>	5”	<i>Station ID Hard Rock FM</i>
<i>Talk 1</i>	25” 1’	<i>Jingle “Mind Your Own Business”</i> Pembukaan/intro oleh penyiar: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Perkenalan Program “<i>Mind Your Own Business</i>”</li> <li>• Perkenalan segmen “<i>Seal The Deal</i>”</li> </ul>
	10” 5”	Lagu <i>Jingle Station ID</i>
<i>Talk 2</i>	10” 2’	<i>Short jingle “Mind Your Own Business”</i> Tips memulai wirausaha untuk pebisnis pemula
	10” 10”	<i>Short jingle “Mind Your Own Business”</i> Musik
<i>Talk 3</i>	15” 3’	Jingle “ <i>Seal the Deal</i> ” <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 kontestan mempresentasikan ide bisnisnya</li> <li>• <i>Angel Investor</i> berkomentar</li> </ul>
	10”	Musik
<i>Talk 4</i>	5” 1’	<i>Short jingle “MYOB”</i> Penutup oleh penyiar
		<i>Closing jingle Mind Your Own Business</i> <i>Jingle station ID Hard Rock FM</i>
Total	10’	

### 3.7 Strategi Promosi Program

Dalam mengembangkan sebuah program, strategi promosi yang efektif sangatlah penting untuk dilakukan. Hal ini juga berguna untuk menarik pemasang iklan di sela-sela jeda iklan program kita. Oleh karenanya program haruslah terlihat menjanjikan baik dari segi pemirsanya maupun promosinya.

Ada berbagai media untuk melakukan promosi sebuah program, antara lain dilakukan di stasiun radio sendiri, maupun di media lain seperti internet, radio, maupun media cetak. Untuk promosi di media lain, tentunya dapat dilakukan

dengan sistem promosi *media barter*, atau melalui situs jejaring sosial untuk media internet.

### **3.7.1 Promosi di Stasiun Radio Sendiri**

Salah satu cara promosi yang murah, efektif, dan cepat adalah promosi program di stasiun radio sendiri. Kelebihan lainnya dari strategi promosi ini yaitu sasaran khalayaknya sudah jelas. Promosi program dilakukan selama 20-30 detik sekali tayang, diputar delapan kali sehari untuk meningkatkan *awareness* pendengar tentang program baru ini sekaligus mengajak Hard Rockers untuk berpartisipasi dalam kompetisi ide bisnisnya.

### **3.7.2 Promosi di Media Lain**

Promosi di media lain juga diperlukan untuk menjaring khalayak umum lainnya selain khalayak *Hard Rock FM*. Tentunya, strategi promosi yang diterapkan adalah strategi dengan budget kecil namun berdampak signifikan. Salah satu caranya adalah dengan melakukan *media barter*.

Untuk membangun *awareness* awal pendengar, pemasangan iklan akan dilakukan dua minggu sebelum acara perdana. Dan untuk mempertahankan *awareness* pendengar, pemasangan iklan akan dilakukan secara berkala hingga dua minggu setelah episode perdana.

Selain itu, strategi lainnya yaitu beriklan di media yang masih satu payung perusahaan dengan radio yang terkait. Misalnya, dengan menggunakan channel dari *MRA Group* baik media cetak maupun siar.

### **3.7.3 Promosi di media online**

Berpromosi melalui situs jejaring sosial seperti *Facebook* dan *twitter* merupakan strategi yang cukup efektif dan juga murah. Alasannya karena saat ini, hampir

sebagian besar masyarakat terutama sasaran khalayak mudaprogram ini dekat dengan internet.

Caranya adalah dengan membuat membuat halaman dan *account* khusus *Mind Your Own Business*, dan secara berkala meng-*update* isinya. Selain itu, promosi akan dilakukan melalui website [www.hardrockfm.com](http://www.hardrockfm.com) dan akun twitter @hardrockfm.



## **BAGIAN 4**

### **EVALUASI**

#### **4.1. Rencana *Pre test***

*Pre test* dilakukan untuk mengumpulkan data yang sifatnya mengevaluasi proses atau untuk mendapatkan kondisi awal sebelum proses selanjutnya. Dalam program “*Mind Your Own Business*” ini, *pre test* dilakukan sebelum program ini naik siar. Hal ini dilakukan untuk mengetahui pendapat atau evaluasi awal pendengar mengenai program tersebut, sehingga tim produksi dapat mengetahui hal-hal apa saja yang perlu diperbaiki, agar tim produksi bisa memperbaiki kualitas program.

##### **4.1.1 Metode *Pre test***

*Pre test* yang akan dilakukan menggunakan jenis riset primer karena data yang diperoleh berasal dari sumber data atau tangan pertama. (Kriyantoro, 2007, hal. 43)

*Pre test* dilakukan dengan menggunakan metode *Focus Group Discussion* (FGD). Metode FGD dilakukan dengan cara beberapa orang melakukan diskusi secara fokus dan mendalam mengenai suatu objek tertentu. Data dari hasil diskusi dikumpulkan dan dipakai untuk proses berikutnya (Kriyantoro, 2007, hal.94). Dalam *pre test* ini, objek yang akan didiskusikan berupa contoh produk program “*Mind Your Own Business*”. FGD dilakukan untuk menguji produk dan konsep program “*Mind Your Own Business*” juga untuk pengembangannya ke depan dan untuk mengetahui pemahaman pendengar mengenai program ini. Data *pre test* kemudian akan digunakan untuk merevisi produk program sebelum pada akhirnya nanti akan naik siar.

Berdasarkan wawancara dengan pihak *Hard Rock FM*, FGD biasa dilakukan oleh mereka untuk menentukan tema yang akan dibahas untuk program-program

mereka. FGD dipilih karena menyediakan bukti dari banyak pihak terhadap topik yang sama, bersifat interaktif, membuka forum yang mendukung terungkapnya pandangan-pandangan tersembunyi dan FGD memungkinkan untuk mengumpulkan sejumlah besar data dalam waktu cepat. Ukuran jumlah partisipan FGD idealnya antara enam sampai sepuluh orang untuk kelompok terarah tradisional. (Daymon, 2008, hal. 295)

FGD yang akan dilakukan untuk *pre test* ini hanya akan mengambil enam orang partisipan. Jumlah tersebut bertujuan supaya topik yang ada dapat dibahas dengan lebih mendalam dan tingkat keterlibatan partisipan pun lebih besar.

#### **4.1.2 Waktu *pre test***

*Pre test* dilakukan satu minggu sebelum hari siaran dengan pertimbangan waktu selama satu minggu itu digunakan untuk menghubungi calon partisipan dan melakukan persiapan FGD, melaksanakan FGD, mengolah data hasil FGD, serta merevisi konsep dan program “*Mind Your Own Business*”.

#### **4.1.3 Materi *Pre test***

Materi yang akan diujikan dalam FGD adalah materi siaran program “*Mind Your Own Business*” seperti tema yang dibahas, kualitas produksi, kekuatan dan kelemahan program, cara penyajian, serta hal apa saja yang perlu direvisi dari program tersebut.

#### **4.1.4 Instrumen *pre test***

Instrumen yang digunakan untuk melakukan *pre test* ini adalah daftar pertanyaan yang kemudian akan ditanyakan kepada para partisipan dan didiskusikan dalam kelompok.

## 4.2 Rencana Evaluasi

Evaluasi merupakan kegiatan rutin yang penting dilakukan oleh produser untuk mengetahui kualitas kerja mereka. Program yang dibuat haruslah jelas keberadaannya. Para pemilik modal atau pemilik stasiun radio, pemasang iklan, sponsor membutuhkan informasi biaya produksi program dan apakah biaya yang dikeluarkan itu bermanfaat. Evaluasi program bermanfaat untuk memberikan gambaran program dan bagaimana meningkatkan kualitasnya supaya lebih baik lagi. Ada tiga jenis evaluasi yang perlu dilakukan, yaitu Evaluasi Produksi dan Kualitas Program, Evaluasi Khalayak, serta Evaluasi Biaya. (McLeish, hal. 293)

### a. Evaluasi Produksi dan Kualitas Program

Evaluasi produksi program adalah evaluasi pertama dan seharusnya dilakukan di setiap *output* suatu program. Untuk mengevaluasi program, perlu dilakukan perbandingan dengan kriteria yang telah ditetapkan berdasarkan standar teknis profesional, tujuan pembuatan program dan khalayak yang menjadi sasaran, standar profesional dari segi isi dan format program yang mencakup efektivitas program seperti apakah program itu urutannya sudah tepat, apakah penyaji atau penyiarnya cukup komunikatif.

Kualitas program juga bagian yang harus dievaluasi. Walaupun kualitas program bagi setiap pendengarnya berbeda, McLeish memberikan kriteria dasar yang secara profesional dapat digunakan sebagai ukuran dalam mengevaluasi. Kriteria-kriteria itu antara lain: (McLeish, hal. 294-296)

*Appropriateness*, digunakan untuk melihat apakah program yang dibuat sudah sesuai dengan kebutuhan khalayak sasaran. Dari kriteria ini dapat dilihat apakah isi dari program “*Mind Your Own Business*” sudah sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pendengarnya.

*Creativity*, digunakan untuk melihat unsur kebaruan dan orisinalitas serta kreativitas dari program yang dapat membangkitkan kesan menyenangkan dan

mengejutkan. Program “*Mind Your Own Business*” dituntut untuk menyajikan informasi yang belum banyak didapat oleh pendengar radio lainnya, dengan penyajian menarik, kreatif, serta lain daripada yang lain.

*Accuracy*, digunakan untuk melihat apakah fakta yang ditampilkan sudah sesuai dengan di lapangan dan apakah masih ada ruang untuk menampilkan pandangan yang berbeda dari apa yang ditunjukkan oleh program. Program “*Mind Your Own Business*” dibuat dengan sumber yang terpercaya, karena informasi yang akan disajikan harus terjamin keakuratannya. Maka dari itu riset sangat penting dilakukan untuk memenuhi kriteria ini.

*Eminence*, digunakan untuk melihat kesesuaian antara tokoh atau narasumber dengan program. Dalam tiap episode pemutaran “*Mind Your Own Business*”, tema yang dipilih harus menampilkan narasumber yang benar-benar memahami bahasan dari tema yang bersangkutan.

*Holistic*, digunakan untuk melihat sampai sejauh mana program yang disiarkan dapat menyentuh khalayaknya. Kriteria ini melihat apakah “*Mind Your Own Business*” benar-benar memberikan dampak pada pendengarnya, baik langsung maupun tidak langsung. Apakah setelah mendengarkan program tersebut, tujuan dari program dapat tercapai.

*Technical advance*, digunakan untuk melihat inovasi penggunaan teknologi baik dalam proses produksi maupun cara melibatkan khalayak di dalamnya. Dari segi teknis, program ini mempertimbangkan bagaimana cara memproduksi informasi terbaik dengan segala teknologi termutakhir dan keterlibatannya dengan pendengar secara langsung.

*Personal enhancement*, digunakan untuk melihat efek atau dampak program bagi khalayaknya seperti memberi kesenangan, meningkatkan pengetahuan, atau memberi tantangan bagi pendengarnya. Hampir sama dengan kriteria holistik, namun pada kriteria ini bisa dilihat bagaimana “*Mind Your Own Business*”

diterima pendengarnya, dan bagaimana program ini dapat memberikan informasi yang diterima secara keseluruhan.

*Personal rapport*, digunakan untuk melihat kedekatan hubungan antara khalayak dengan pembuat program bahkan dengan stasiun radio. Hal ini lebih berkaitan dengan penyaji program, sejauh mana penyaji dapat memberikan pengaruh kepada pendengarnya.

Kegiatan pengevaluasian dan penetapan standar kualitas penting dilakukan sebagai acuan dasar untuk dapat terus mengembangkan program dan kualitas stasiun radio secara keseluruhan.

#### **b. Evaluasi Khalayak**

Riset khalayak dilakukan untuk mengetahui seberapa besar khalayak suatu program ataupun stasiun radio dan bagaimana reaksi mereka terhadap program atau stasiun radio tersebut. Informasi ini tidak saja penting bagi pihak penyelenggara program tetapi juga menarik bagi pihak pemasang iklan maupun sponsor. Agar tidak menyimpang dari tujuan awal evaluasi, untuk melakukan evaluasi khalayak ini lebih difokuskan kepada para pendengar *Hard Rock FM*.

#### **c. Evaluasi Biaya**

Perusahaan tidak dapat secara langsung bergantung kepada calon pemasang iklan atau sponsor, maka dari itu diperlukan evaluasi biaya yang menyertai pemutaran tiap program. Evaluasi biaya tidak saja untuk mengevaluasi perencanaan biaya tetapi juga keseluruhan biaya pelaksanaan program termasuk semua biaya manajemen dan semua biaya yang keluar baik yang terkontrol perusahaan maupun yang tidak.

Cara-cara yang biasa dilakukan untuk mengetahui pengeluaran biaya program dalam stasiun radio antara lain dengan menghitung pengeluaran produksi per jam

yaitu dengan menghitung pengeluaran rutin stasiun radio kemudian membaginya berdasarkan jumlah jam produksi, kemudian dengan mengalokasikan semua biaya yang dikeluarkan pada suatu program kemudian dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan oleh program lainnya. Tidak hanya itu, evaluasi biaya juga dilakukan dengan membandingkan antara biaya produksi, pendapatan program dengan pendapatan stasiun radio karena semakin besar biaya produksi program akan semakin kecil keuntungan yang didapat oleh stasiun.

#### 4.2.1 Metode Evaluasi

Evaluasi produksi dan kualitas program dilakukan bersamaan dengan evaluasi khalayak. Metode yang dapat digunakan adalah dengan cara melakukan telesurvei kepada pendengar atau melakukan survei melalui *website Hard Rock FM*.

Selain itu, evaluasi juga dapat dilakukan secara rutin dengan cara memperhatikan email-email respon yang diterima selama tiga bulan (12 edisi). Program "*Mind Your Own Business*" juga berjalan dengan komentar-komentar yang dituliskan dalam profil program pada situs resmi sekaligus memantau atensi yang masuk selama program "*Mind Your Own Business*" berlangsung. Dari sana dapat dilihat tanggapan pendengar mengenai program tersebut. Unsur kedekatan dengan pendengar setia *Hard Rock FM* sangat diperhatikan, sehingga dalam setiap programnya harus diperhatikan adanya keterlibatan pendengar *Hard Rock FM* di dalamnya.

Sedangkan untuk evaluasi biaya dapat dilakukan dengan membandingkan biaya produksi program lainnya di *Hard Rock FM* dan dengan menganalisa kemungkinan program dapat dipasarkan atau tidak kemudian mencobanya dengan menawarkan proposal program kepada pihak-pihak mempunyai kemungkinan untuk menjadi klien. Cara lainnya adalah dengan membandingkan biaya produksi program, pendapatan program dan pendapatan stasiun radio.

#### 4.2.2 Materi Evaluasi

Materi yang akan dievaluasi disesuaikan dengan tiga jenis evaluasi yang diperlukan berdasarkan McLeish yaitu mengenai kualitas program, besaran khalayak dan biaya.

#### 4.2.3 Waktu Evaluasi

Proses evaluasi adalah proses yang berkelanjutan. Evaluasi program dan kualitasnya dapat dilakukan bersamaan dengan evaluasi khalayak dengan cara aktif atau pasif. Evaluasi aktif dilakukan setiap satu bulan pemutaran program. Sedangkan cara pasif adalah dengan menunggu *email* respon dari pendengar serta komentar di *website* maupun twitter *Hard Rock FM*.

#### 4.2.4 Instrumen Evaluasi

Instrumen evaluasi dan kualitas program dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada pendengar. Untuk melakukan evaluasi biaya, instrumen yang digunakan adalah daftar perbandingan biaya produksi program-program lain yang disiarkan di *Hard Rock FM* dan daftar pengiklan yang berpotensi untuk mensponsori program "*Mind Your Own Business*" tersebut.

**BAGIAN 5**  
**ANGGARAN**

**5.1 Anggaran Pembuatan Prototipe**

**Tabel 5.1**

Anggaran Biaya Produksi Prototipe

*Dummy Talk Show* "Mind Your Own Business" durasi 10 menit

Pengeluaran	Nominal
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Honor penyiar</li> <li>• Honor konsultan</li> <li>• Honor penulis naskah</li> <li>• Honor operator</li> <li>• Biaya transportasi</li> </ul>	Rp 20.000 Rp 20.000 Rp 20.000 Rp 20.000 Rp 20.000
Maintenance 10% x Rp 100.000	Rp 10.000
<b>Total</b>	<b>Rp 110.000</b>

**5.2 Rencana Anggaran Pembuatan Program**

**Tabel 5.2**

Rencana Anggaran Biaya Produksi Program "*Mind Your Own Business*"  
per Edisi

Pengeluaran	Nominal
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Honor produser</li> <li>• Honor penyiar</li> <li>• Honor konsultan</li> <li>• Honor penulis naskah</li> <li>• Honor operator</li> <li>• Biaya transportasi</li> </ul>	Rp 100.000 Rp 100.000 Rp 250.000 Rp 50.000 Rp 50.000 Rp 50.000 Rp 50.000
Maintenance 10% x 650.000	Rp 65.000
<b>Total</b>	<b>Rp 715.000</b>

**Total biaya produksi "Mind Your Own Business" selama 3 bulan (13 episode)**

= 13 x Rp 715.000

= Rp 9.295.000

### 5.3 Prakiraan Pendapatan

*Hard Rock FM* adalah sebuah radio komersil yang membutuhkan pendapatan dan keuntungan bagi perusahaannya. Karena itu program yang dibuat harus bisa memberikan pemasukan bagi *Hard Rock FM*. Program *talk show* “*Mind Your Own Business*” diharapkan dapat menjadi salah satu saluran pemasukan, baik dari sponsor maupun pemasang iklan yang ingin berkerjasama dengan program ini.

**Tabel 5.3**  
Harga *spot* komersial di *Hard Rock FM*

<b>Tipe Iklan</b>	<b>Prime Time</b>	<b>Regular Time</b>
<b>Spot Iklan</b> 60” 30”	Rp 875.000 Rp 590.000	Rp 685.000 Rp 475.000
<b>Adlibs</b> maks. 30”	Rp 1.325.000	Rp 850.000
<b>Insert</b> maks. 5 menit Quiz Non-Quiz	Rp 1.750.000 Rp 1.200.000	Rp 1.235.000 Rp 950.000
<b>Blocking Time</b> 60 menit ( <i>semi blocking</i> ) 30 menit ( <i>semi blocking</i> )	Rp 12.750.000 Rp 8.250.000	Rp 9.700.000 Rp 7.500.000

Iklan pada pemutaran “*Mind Your Own Business*” ada tiga jenis, yaitu berupa spot iklan, *adlibs*, dan *blocking time*. Pengiklan *blocking time* merupakan sponsor utama *talk show* ini, sehingga penyiar akan membacakan bahwa *talk show* ini

dipersembahkan oleh produk tersebut. Selain itu, iklan akan diputar di sela-sela program. Pihak-pihak yang dinilai memiliki potensi untuk menjadi sponsor program “*Mind Your Own Business*” yakni bank yang menawarkan pinjaman lunak untuk usaha kecil menengah.

#### 4.4 Rencana Anggaran Evaluasi

**Tabel 5.4**

Rencana Anggaran Evaluasi Program “*Mind Your Own Business*” di *Hard Rock FM*

Pengeluaran	Nominal
Evaluasi produksi dan kualitas program yang dilakukan bersamaan dengan evaluasi khalayak	
Telesurvei Surveyor	Rp 1.500.000 Rp 300.000
Total	<b>Rp 1.800.000</b>

## DAFTAR REFERENSI

### Buku

- Amstrong, P. K. (1997). *Dasar-dasar Pemasaran Jilid:1*. Jakarta: Prehalindo.
- Daymon, C. (2008). *Metode-metode riset kualitatif*. Yogyakarta: Bentang.
- Effendy, O. (1991). *Radio Siaran Teori dan Praktek*. Bandung: Mandar Maju.
- Kriyantoro, R. (2007). *Teori Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Masduki. (2001). *Jurnalistik Radio*. Yogyakarta: Pustaka Populer LKiS.
- Masduki. (2004). *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta: Pustaka Populer LKiS.
- McLeish, Robert. (1999) *Radio Production (5<sup>th</sup> edition)*. Great Britain: Focal Press.
- Khasali, Rhenald. *Membidik Pasar Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1998.
- Wahyudi, J. B. (1996). *Dasar-dasar Jurnalistik Radio dan Televisi*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

**Publikasi Elektronik**

(n.d.). Retrieved from Bisnis UKM: <http://bisnisukm.com/bangkitkan-usaha-kecil-menengah-dengan-memproduksi-boneka.html>

*Angel Investor*. (n.d.). Retrieved from Entrepreneur.com: <http://www.entrepreneur.com/encyclopedia/term/82114.html>

*Bisnis UKM*. (n.d.). Retrieved from <http://bisnisukm.com/usaha-kecil-menengah-kurangi-angka-pengangguran.html>

*Badan Pusat Statistik*. [http://www.bps.go.id/brs\\_file/naker-05mei11.pdf](http://www.bps.go.id/brs_file/naker-05mei11.pdf)

*Kompas Female*. (n.d.). Retrieved from Kompas.com: <http://female.kompas.com/read/2011/09/19/16580145/Sukses.Berwirausaha.di.Usia.Belia.Berkat.Kepercayaan>

Mawardi, D. (2008). *Produksi Siaran Radio Pekan 2*. Retrieved from Dodimawardi.wordpress:<http://dodimawardi.wordpress.com/2008/09/18/produksi-siaran-radio-pekan-2/>

**KUESIONER RISET KHALAYAK**

No. Kuesioner : (diisi oleh peneliti)

Tanggal :

Selamat pagi/siang/sore/malam,

Saya adalah mahasiswi S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan riset Tugas Karya Akhir (TKA) untuk membuat **program radio bertemakan wirausaha di HARD ROCK FM.**

Saya sangat membutuhkan bantuan Anda untuk mengisi kuesioner ini karena informasi yang Anda berikan akan sangat berguna untuk riset dan menunjang proses produksi program radio ini. Segala informasi yang masuk hanya digunakan untuk kepentingan riset.

Terima kasih,

Griya Ratri Putri

---

**Identitas Responden**

Mohon diisi dengan sebenar-benarnya.

Identitas pribadi akan dirahasiakan dan digunakan untuk kepentingan riset.

1. Nama :
2. Usia :
3. No. Telepon (rumah/HP) :
4. Alamat :
5. Pendidikan Terakhir :
  - a. Tidak sekolah
  - b. Sekolah Dasar
  - c. Sekolah Menengah Pertama
  - d. Sekolah Menengah Atas
  - e. Diploma/Akademi
  - f. S1
  - g. S2
  - h. S3

Lampiran 1 Kuisisioner Riset Khalayak (lanjutan)

- i. Lain-lain, sebutkan.....
6. Pengeluaran per bulan:
- a. > Rp 3.000.000
  - b. Rp 2.000.000- Rp 3.000.000
  - c. Rp 1.000.000-Rp 2.000.000
  - d. < Rp 1.000.000
7. Pekerjaan :
- a. Tidak bekerja
  - b. Pelajar
  - c. Mahasiswa/i
  - d. Wiraswasta,  
bidang.....sebagai.....
  - e. Pegawai Negeri
  - f. Pegawai Swasta
  - g. Lain-lain,  
sebutkan.....

**Frekuensi dan Motivasi Mendengarkan Hard Rock FM**

1. Motivasi Anda mendengarkan Hard Rock FM adalah untuk : (jawaban boleh lebih dari satu)
- a. Mencari informasi yang dibutuhkan
  - b. Menemukan hal-hal yang menarik
  - c. Memperluas wawasan diri
  - d. Menghabiskan waktu luang
  - e. Menghilangkan kejenuhan dari rutinitas sehari-hari
  - f. Mempunyai bahan obrolan yang membantu pergaulan
  - g. Mendapat masukan yang mengembangkan diri
  - h. Terus memiliki informasi terkini

## Lampiran 1 Kuisisioner Riset Khalayak (lanjutan)

- i. Memperoleh kepercayaan yang dimiliki  
diri dengan wawasan j. Status Sosial
2. Pukul berapa Anda biasa mendengarkan radio?
- a. 06.00-10.00
  - b. 10.00-13.00
  - c. 13.00-16.00
  - d. 16.00-21.00
  - e. 21.00-00.00
3. Anda mendengarkan HARD ROCK FM dalam satu hari rata-rata selama..
- a. 1-4 jam
  - b. 5-8 jam
  - c. 9-12 jam
  - d. >12 jam
4. Program di HARD ROCK FM yang menjadi favorit anda?
- a. Good Morning Hard Rockers
  - b. Drive and Jive
  - c. The Office
  - d. Soundtraxx
  - e. Good Weekend Hard Rockers
  - f. Foodgasm
  - g. 9 to Midnight Request
  - h. Provocative Proactive
  - i. 22 Kita

### **Rujukan Untuk Minat Pendengar terhadap dunia Wirausaha**

1. Apakah anda memiliki minat dengan dunia bisnis dan wirausaha?
- a. Ya
  - b. Tidak
2. Apakah anda membutuhkan informasi tentang konsultasi wirausaha?
- a. Ya
  - b. Tidak

Lampiran 1 Kuisisioner Riset Khalayak (lanjutan)

3. Darimanakah biasanya anda paling sering memperoleh informasi tentang bisnis dan wirausaha? (jawaban boleh lebih dari satu)

\_\_\_ Media cetak (koran, tabloid, majalah)

\_\_\_ Televisi

\_\_\_ Radio

\_\_\_ Buku

\_\_\_ Seminar

\_\_\_ Internet

\_\_\_ Teman/keluarga

4. Apakah anda berencana untuk membuka usaha dalam waktu dekat?

a. Ya

b. Tidak

c. Belum sekarang

d. Sudah

5. Bidang usaha apa yang anda minati/sedang anda jalani?

\_\_\_\_\_

6. Siapakah sosok *entrepreneur* muda yang menginspirasi anda dalam berbisnis?

\_\_\_\_\_

7. Apakah sebelumnya anda pernah mendengar program radio yang khusus membahas tentang wirausaha dan bisnis?

a. Belum

b. Pernah, di \_\_\_\_\_

8. Informasi apa yang anda butuhkan saat baru memulai sebuah usaha?

\_\_\_\_\_

**Rujukan untuk Program *Mind Your Own Business***

1. Bagaimana tanggapan anda jika Hard Rock FM membuat program konsultasi bisnis dan adu *business plan*?
  - a. Setuju
  - b. Tidak setuju
  
2. Bagaimana kemasan yang tepat untuk program tersebut?
  - a. *Feature* (liputan mendalam dan menampilkan berbagai narasumber)
  - b. *Chat show (talk show)*
  - c. Buletin / *Air Magazine* (rangkaiian beberapa berita mengenai wirausaha)
  
3. Manakah nama yang paling pas untuk program tersebut?
  - a. *Mind Your Own Business*
  - b. *Seal The Deal*
  
4. Kapankah menurut anda waktu yang tepat untuk menyiarkan program konsultasi wirausaha adu *business plan* tersebut?
  - a. Antara pukul 06.00-10.00
  - b. Antara pukul 10.00-13.00
  - c. Antara pukul 13.00-16.00
  - d. Antara pukul 16.00-21.00
  - e. Antara pukul 21.00-00.00
  
5. Berapa durasi yang tepat untuk program informasi wirausaha dan adu *business plan* tersebut?
  - a. 60 menit
  - b. 120 menit
  - c. 180 menit
  
6. Siapa penyiar HARD ROCK FM yang paling tepat untuk membawakan

Lampiran 1 Kuisisioner Riset Khalayak (lanjutan)

program informasi wirausaha tersebut?

- a. Iwet Ramadhan
- b. Ary Kirana
- c. Bayu Oktara
- d. Andira Pramantha

Alasan:.....

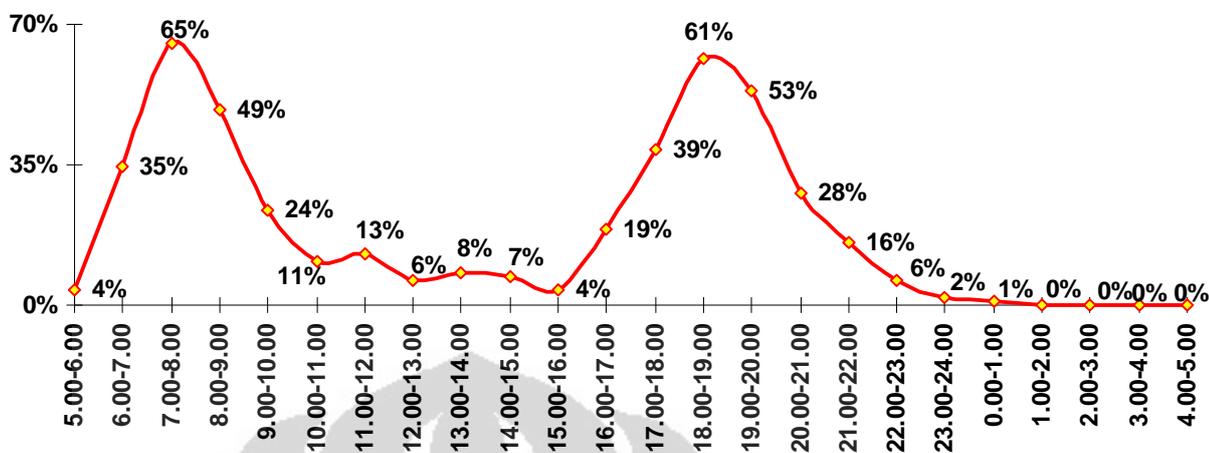
**Terima kasih atas kesediaan anda mengisi kuisisioner ini**



**Time Listening Habit**

Hasil riset AC Nielsen

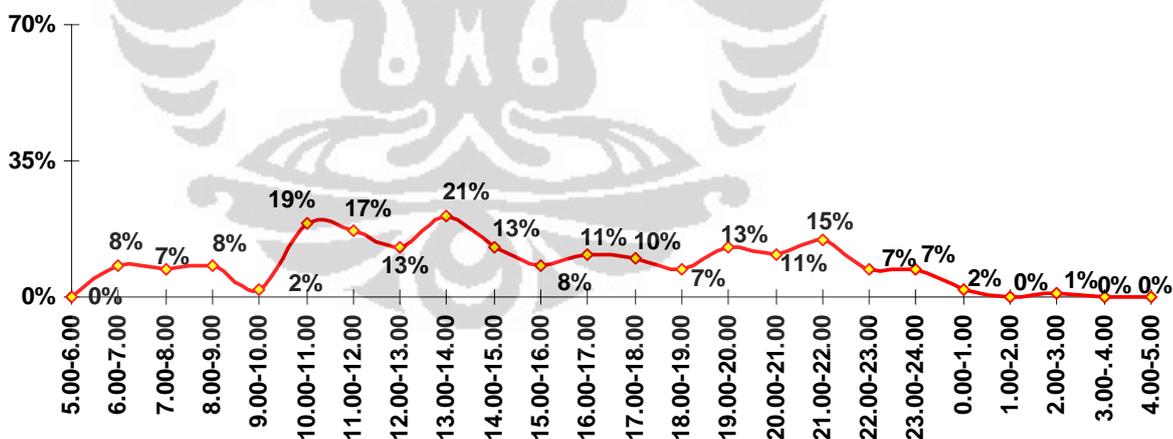
*Weekdays*



**N: 101**

Kebiasaan mendengarkan radio di weekdays terbanyak pada pukul 07.00 – 08.00 disaat berangkat memulai aktivitas dan disore hari nya terbanyak pada pukul 18.00 – 19.00.

*Weekend*



**N: 101**

Kebiasaan mendengarkan radio di weekend terbanyak yaitu pada pukul 13.00-14.00 dan di malam hari nya pada pukul 21.00 – 22.00

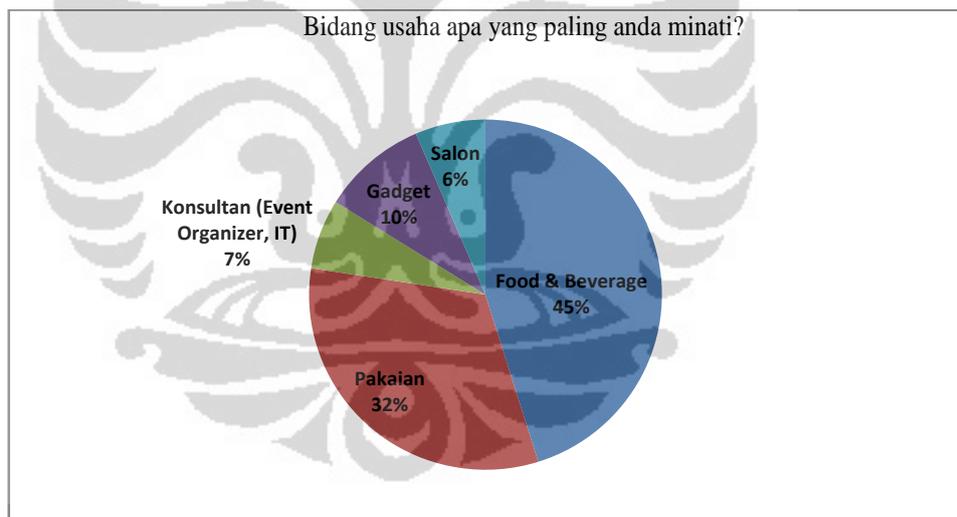
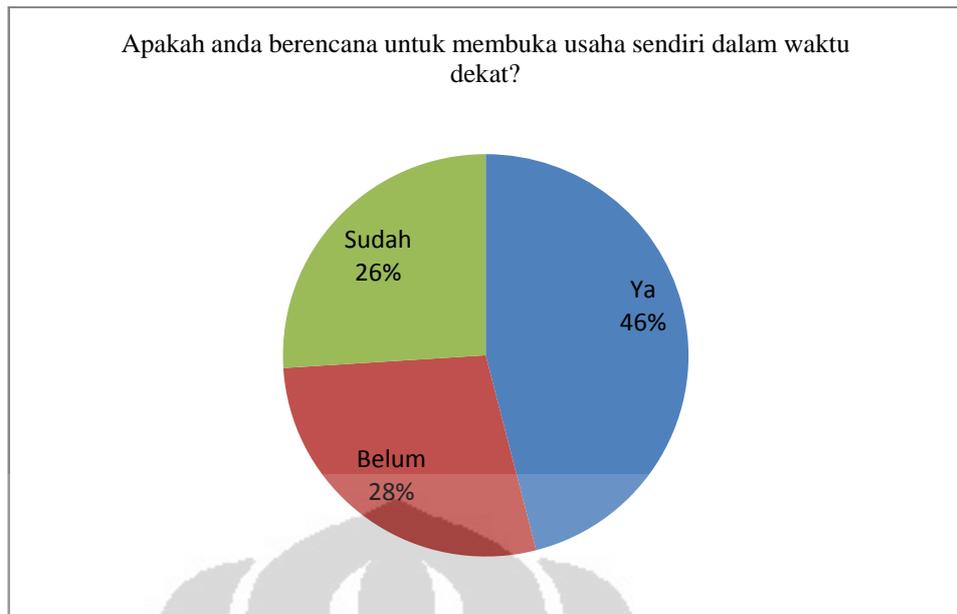
**Program Awareness & Program Listenership**

No.	Nama Program	Awareness	Listenership
1	Drive and Jive	98	87
2	Good Morning Hard Rockers	97	87
3	9 to Midnight Request	72	28
4	Paranoia	72	13
5	Provocative Proactive	63	30
6	The Office	55	26
7	Retromantic	53	34
8	22 kita	53	5
9	Soundtraxx	43	5
10	Good Weekend Hard Rockers	38	18
11	Top 41	37	3
12	Lunch Box	36	5
13	Cooling Down	23	4
14	HRFM Dance Party Sessions	11	1
15	Defected IN The House	7	1

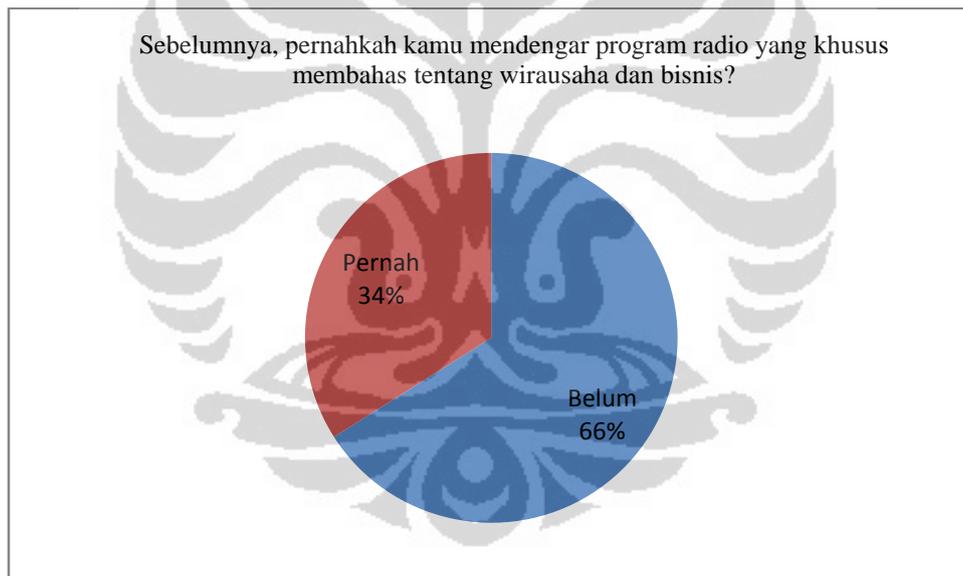
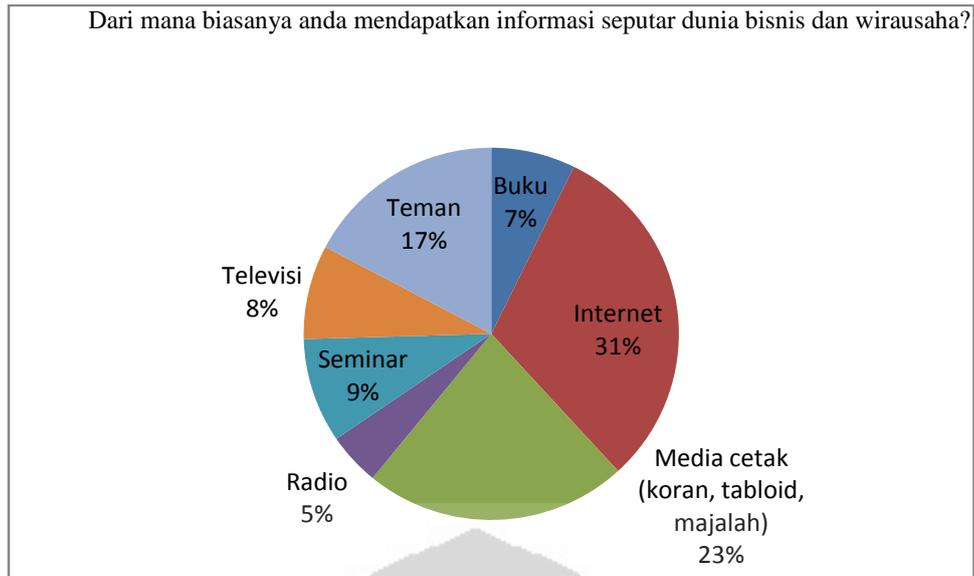
**Demografi**

Khalayak sasaran	a. Kelompok usia (dalam tahun)	20 s/d 24 tahun	42%
		25 s/d 29 tahun	52%
		30 s/d 34 tahun	6%
		J U M L A H	<b>100%</b>
	b. Jenis kelamin	a. pria	52%
		b. wanita	48%
		J U M L A H	<b>100%</b>
	c. Status ekonomi sosial (pengeluaran per bulan)	> 3.000.000	72%
		2.000.001 – 3.000.000	18%
		1.000.001 – 2.000.000	10%
		J U M L A H	<b>100%</b>
	d. Pendidikan terakhir	Tamat SLTA	10%
		Diploma	4%
		Perguruan Tinggi	86%
		J U M L A H	<b>100%</b>
	e. Pekerjaan	Pegawai Swasta	60%
		Wiraswasta	16%
		Mahasiswa	10%
		Lainnya	8%
		Tidak Bekerja	2%
J U M L A H		<b>100%</b>	

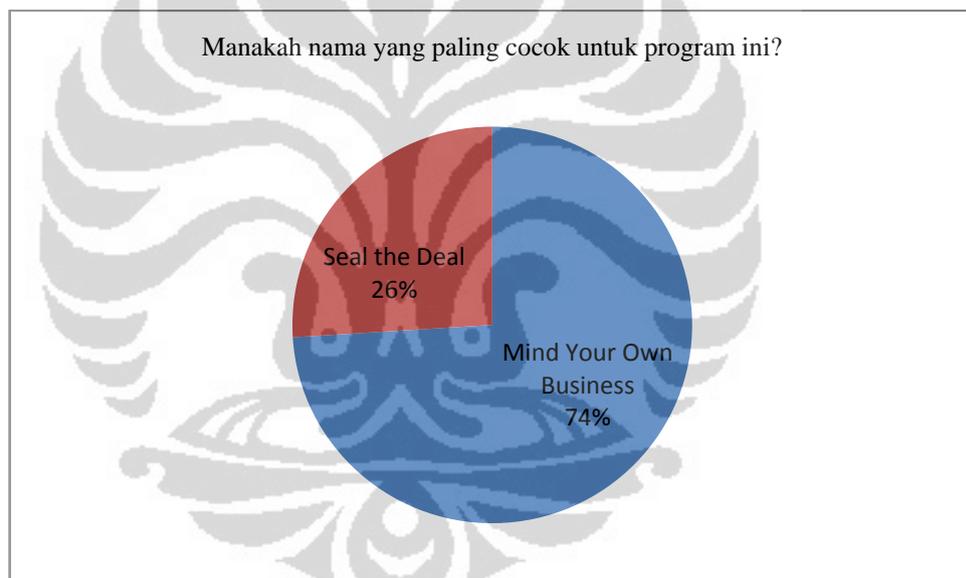
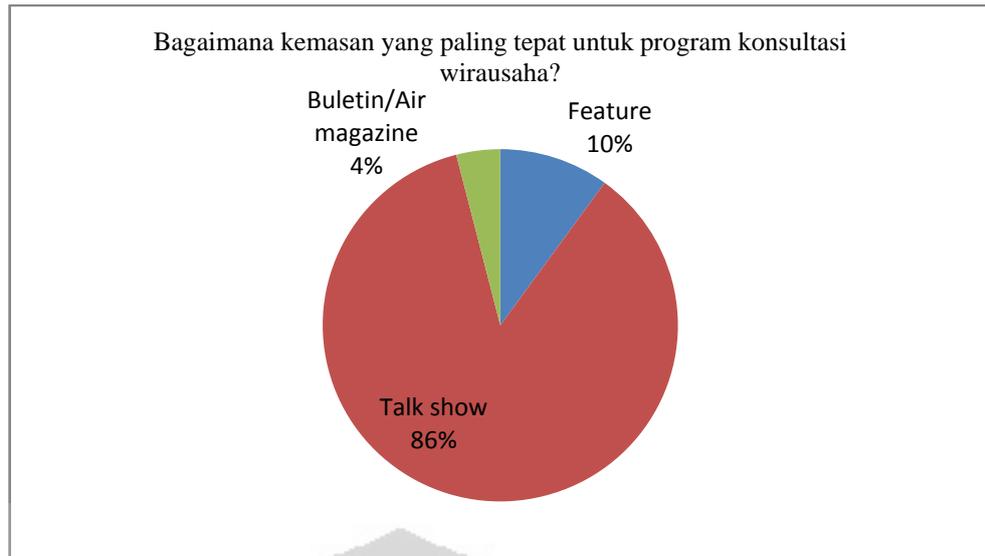
Lampiran 2 Hasil Riset Khalayak (lanjutan)



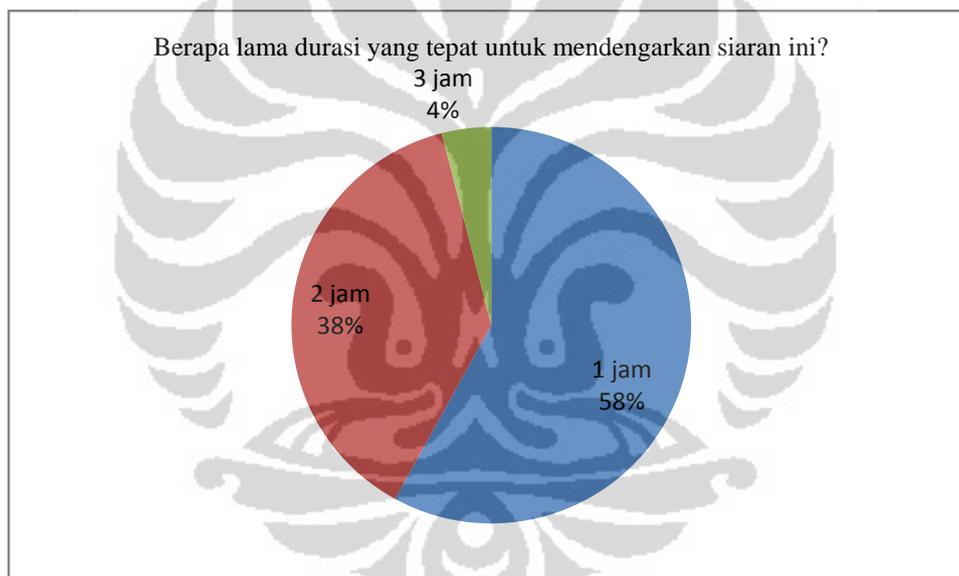
## Lampiran 2 Hasil Riset Khalayak (lanjutan)

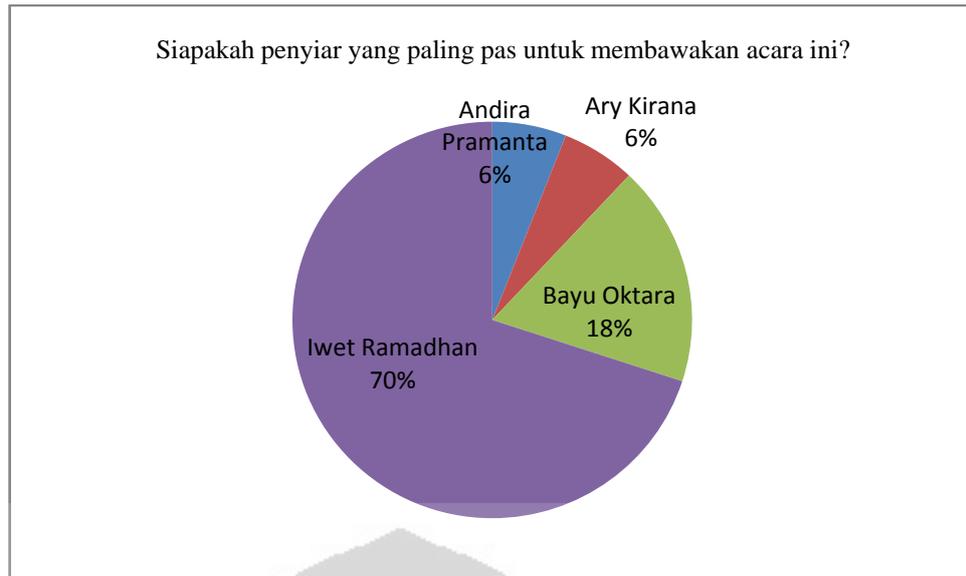


Lampiran 2 Hasil Riset Khalayak (lanjutan)



## Lampiran 2 Hasil Riset Khalayak (lanjutan)





## INSTRUMEN PRE-TEST

### **Panduan *Focus Group Discussion Pre Test Program***

#### I. *Ice breaking* (5 menit)

Perkenalan moderator dan peserta

#### II. *Preferensi Activity* (5 Menit)

Mencari tahu aktivitas harian & pola mendengarkan radio peserta

#### III. *Preferensi Opinion, Interest, dan Need* (10 menit)

- Alasan mendengar radio
- Mencari tahu program radio favorit peserta dan alasannya
- Membahas program favorit berdasarkan beberapa aspek, meliputi penyiar, narasumber, tema, kemasan, desain, dan lain-lain

#### IV. Prototipe program radio “*Mind Your Own Business*” (10 menit)

(Moderator menayangkan prototipe program “*Mind Your Own Business*” kepada para peserta FGD). Lalu moderator menggali aspek-aspek:

- Penilaian program secara keseluruhan (alur dan manfaat program)
- Penilaian mengenai konten audio program (meliputi kualitas suara, opening tune, jingle, musik latar, sound effect)
- Penilaian atas pemilihan penyiar dan konsultan (meliputi cara memandu program dan materi yang disampaikan)

#### V. Penutup (5 Menit)

Moderator meminta masukan, saran, dan kritik dari para peserta FGD mengenai prototipe program yang baru ditayangkan. Lalu moderator menutup *pre-test* dengan berterimakasih atas partisipasi peserta dan memberikan souvenir apresiasi.

**Instrumen Evaluasi Produksi dan Kualitas Program juga Evaluasi Khalayak  
Daftar Pertanyaan untuk FGD dengan Khalayak *Hard Rock FM***

**Preferensi dan Frekuensi Mendengarkan Program “*Mind Your Own Business*”**

1. Bagaimana pendapat kalian mengenai program “*Mind Your Own Business*”?
2. Seberapa sering kalian mendengarkan program “*Mind Your Own Business*”?
3. Apakah kalian mendengarkan keseluruhan program “*Mind Your Own Business*”?

**Materi Siaran “*Mind Your Own Business*”**

1. Apakah yang paling kalian ingat dari program “*Mind Your Own Business*”?
2. Apakah program “*Mind Your Own Business*” sesuai dengan kebutuhan informasi kalian?
3. Apakah tema yang dibahas sesuai dengan kebutuhan informasi kalian?
5. Bagaimana dengan kedalaman topik dalam “*Mind Your Own Business*” menurut Anda? Apakah sudah lengkap?
6. Apakah narasumber (konsultan) dalam “*Mind Your Own Business*” sudah sesuai dengan tema yang dibahas?
7. Bagaimana dengan kualitas suara penyiaran “*Mind Your Own Business*”?
8. Bagaimana dengan musik latar yang diputar?

**Variasi Program**

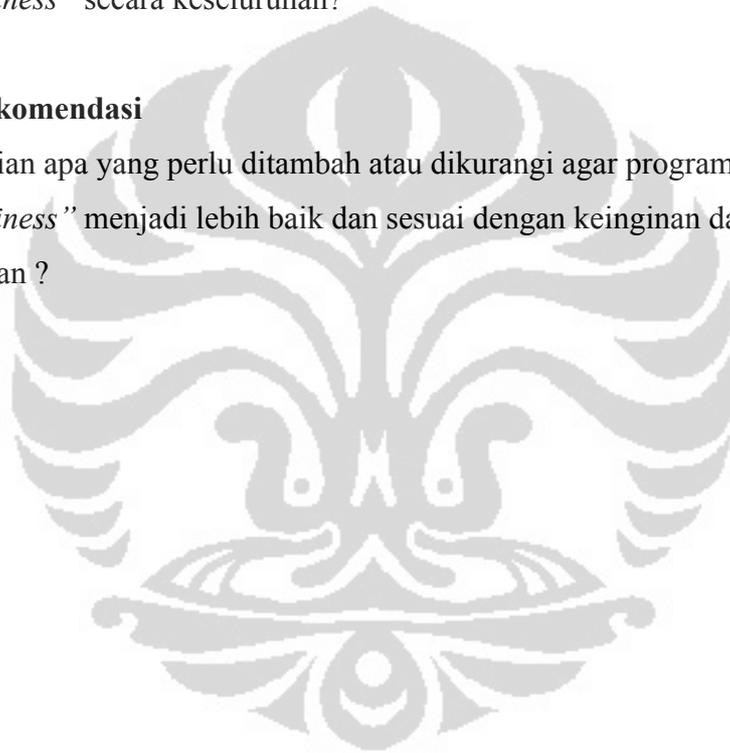
1. Apakah program “*Mind Your Own Business*” sesuai dengan harapan kalian? Mengapa?
2. Apa yang paling kalian sukai dari program “*Mind Your Own Business*”?
3. Apa yang paling kalian tidak sukai dari program “*Mind Your Own Business*”?
4. Apakah waktu siar “*Mind Your Own Business*” sudah sesuai menurut kalian? Jika tidak, mengapa? dan kapankah waktu siar yang sesuai?
5. Apa kegunaan program “*Mind Your Own Business*” bagi kalian?
6. Bagaimana penilaian kalian mengenai alur penyeleksian kontestan dalam kompetisi adu bisnis dalam “*Mind Your Own Business*”?

**Penyiar dan Konsultan**

1. Apakah penyiar dan konsultan program “Mind Your Own Business” sesuai dengan program tersebut?
2. Apakah penyiar dan konsultan sudah menguasai materi program “*Mind Your Own Business*”?
3. Apakah cara penyampaian penyiar dan konsultan dalam “*Mind Your Own Business*” sudah sesuai dengan program tersebut?
4. Bagaimana pendapat kalian mengenai penyiar dan konsultan program “*Mind Your Own Business*” secara keseluruhan?

**Saran dan Rekomendasi**

1. Menurut kalian apa yang perlu ditambah atau dikurangi agar program “*Mind Your Own Business*” menjadi lebih baik dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan kalian ?



**Instrumen Evaluasi Produksi dan Kualitas Program**  
**Daftar Pertanyaan untuk FGD dengan tim produksi**

**Kerjasama tim produksi**

1. Bagaimana pembagian tugas tim produksi berdasarkan *job description*?
2. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk memproduksi "*Mind Your Own Business*" setiap edisi?
3. Apa kendala yang dihadapi saat memproduksi "*Mind Your Own Business*"?
4. Bagaimana koordinasi antara setiap anggota tim produksi?

**Kualitas program**

1. Bagaimana dengan kedalaman tema dalam "*Mind Your Own Business*" menurut Anda?
2. Apakah tema yang dibawakan sudah sesuai dengan kebutuhan khalayak?
3. Apakah narasumber dalam "*Mind Your Own Business*" sudah sesuai dengan tema yang dibahas?
4. Bagaimana dengan kualitas suara penyiaran "*Mind Your Own Business*"?
5. Bagaimana dengan backsound yang diputarkan dalam "*Mind Your Own Business*"?
6. Apakah penyiar segmen dalam program "*Mind Your Own Business*" sesuai dengan program tersebut? Mengapa?
7. Apakah penyiar sudah menguasai materi program "*Mind Your Own Business*"?
8. Apakah cara penyampaian penyiar dalam "*Mind Your Own Business*" sudah sesuai dengan program tersebut?
9. Bagaimana pendapat kalian mengenai penyiar program "*Mind Your Own Business*" secara keseluruhan?

**Saran dan Rekomendasi**

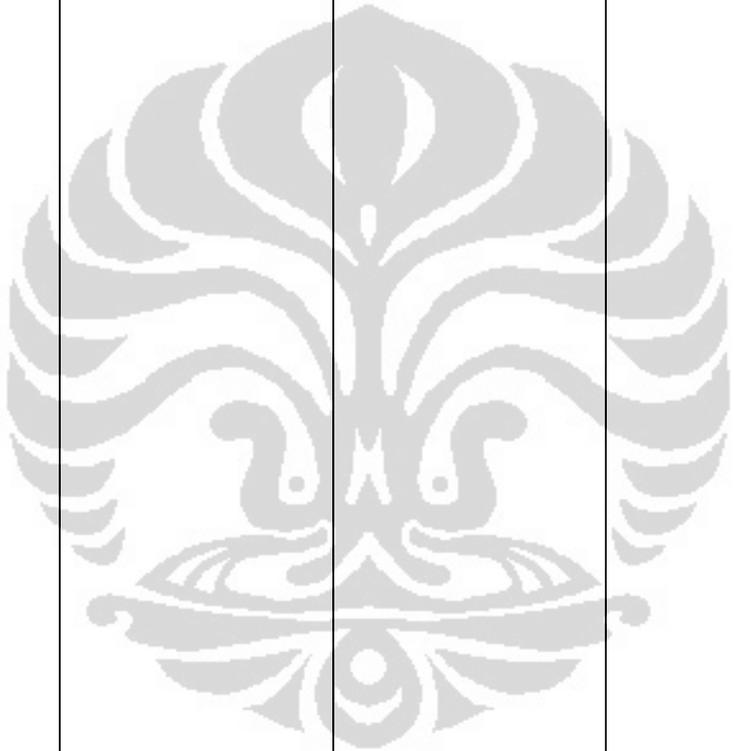
1. Menurut kalian apa yang perlu ditambah atau dikurangi agar program "*Mind Your Own Business*" menjadi lebih baik dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pendengar?

**Instrumen Evaluasi Biaya**  
**Daftar Biaya Produksi Program *Hard Rock FM***

Nama Program :

Waktu Siar :

Biaya Produksi Bulan :

Pendapatan	Nominal	Pengeluaran	Nominal
			

*Hard Rock FM* memposisikan diri sebagai “*Lifestyle & Entertainment Station*”. Melalui tagline tersebut, *Hard Rock FM* berusaha memenuhi kebutuhan pendengar mengenai informasi tren terbaru seputar gaya hidup, mulai dari *fashion*, hingga kegiatan olahraga yang sedang populer, dan sebagainya. Sebagai radio hiburan, *Hard Rock* juga berusaha untuk terus menyajikan berbagai informasi terbaru seperti film, musik, gosip, dan isu-isu lainnya yang sedang hangat dibicarakan masyarakat.

**Profil Stasiun:**

Sebutan Pendengar : Hard Rockers  
Identitas Stasiun : Radio Antar Nusa Djaja  
Frakuensi : 87.6 MHz

**Target Pendengar**

Usia : 20 – 30 tahun  
Status Sosial Ekonomi : Menengah ke atas (AB+)  
Identitas : *YIFFIES (Young, Individualistic, Freedom-minded & View)*

*Hard Rockers* adalah orang yang gemar mencari hiburan, senang bersosialisasi, percaya diri, terbuka dengan perubahan, bertalenta, pekerja keras.

**Program**

**1. Daily Program**

Setiap program di *Hard Rock FM* mempresentasikan karakter radio tersebut dengan hadirnya berbagai *insert* seperti info hiburan, *fashion*, kesehatan, film, dan masih banyak lagi. Dua program utamanya adalah “*Good Morning Hard Rockers Show*” yang siar setiap hari Senin-Jumat dari pukul 6-10 pagi dan “*Drive ‘n Jive*” pukul 4-9 malam.

## **2. Special Program**

*Special Program* merupakan format lain dari Hard Rock FM. Format ini mengkhususkan pada topik atau area tertentu. Seperti “*Hard Rock Top 41*”, program yang membahas chart musik dunia, “*22 KITA (Karya Indonesia Teratas)*”, mengupas chart lagu Indonesia, “*Soundtraxx*”, “*Provocative Proactive*”, “*9 To Midnight Request*”, “*PARANOIA (Party At No Limitation)*”, “*HRFM'S Dance Party Session*” dan masih banyak lagi.

## **Karakter Penyiar**

Penyiar *Hard Rock FM* kurang lebih sama seperti pendengarnya. Mereka adalah generasi masa kini yang aktif, inovatif, enerjik, dan merupakan *trendsetter*. Mereka merepresentasikan citra *Hard Rock FM*.



**Production Copy Prototipe “Mind Your Own Business”**

**Durasi** : 10 menit  
**Topik** : *It's Fun to Have Business!*  
**Produser** : Griya Ratri Putri  
**Host** : Danar Gumilang  
**Konsultan Bisnis** : Griya Ratri Putri sebagai Dinda dari Kinara Indonesia  
**Kontestan Seal the Deal** : Dwi Tunjung Sari sebagai Ariana  
 Christian Maxius Dotulong sebagai Tian

Production Copy	
<p><i>Jingle Station ID Hard Rock FM</i></p> <p><i>Opening Jingle “Mind Your Own Business”</i></p> <p><b>Talk 1: Pembukaan/intro oleh host</b></p> <p><b>(Musik ) Marry You-Bruno Mars</b></p> <p>Jingle Station ID</p>	<p>DANAR: 87.6 HARDROCK FM JAKARTA YOUR ONLY LIFESTYLE AND ENTERTAINMENT STATION// SELAMAT MALAM HARD ROCKERS/ APA KABARNYA HARI INI?// SENANG SEKALI SAYA DANAR GUMILANG BISA HADIR DISINI DI MIND YOUR OWN BUSINESS//</p> <p>UDAH TAU KAN?/ INI ADALAH PROGRAM TERBARU DARI HARD ROCK FM DIMANA PROGRAM INI ADALAH KONSULTASI BISNIS DAN WIRAUSAHA//                      DAN NANTI KITA PUNYA SEGMENT YANG NAMANYA SEAL THE DEAL YANG AKAN MENGADU DUA KONTESTAN TENTANG IDE BISNIS MEREKA// SIAPA YANG TERBAIK MENURUT ANGEL INVESTOR KITA/ IDE MEREKALAH YANG AKAN DIREALISASIKAN//</p> <p>BUAT LO YANG MAU TANYA-TANYA TENTANG BISNIS ATAUPUN WIRAUSAHA ATAUPUN SEGALA MACEMNYA SILAHKAN SMS KE 0811876876 ATAU TWEET KE @HARDROCKFM//</p> <p>DAN INI LAGU PERTAMA DARI SAYA/ BRUNO MARS/ MARRY YOU// ENJOY THIS ONE//</p>

<p><i>Short jingle “Mind Your Own Business”</i></p>	
<p><b>Talk 2: Tips memulai wirausaha</b></p>	<p><b>DANAR:</b> FROM THE HEART OF OUR NATION YOU STILL LISTENING TO 87.6 HARD ROCK FM/ YOUR ONLY LIFESTYLE AND ENTERTAINMENT STATION// MASIH ADA DANAR GUMILANG HARD ROCKERS/ DI MIND YOUR OWN BUSINESS// KALO MISALKAN TADI GUE UDAH NGAJAK LO UNTUK NGETWEET KE @HARDROCKFM ATAU KE LINE SMS DI 0811876876 UNTUK TANYA SOAL BISNIS/ NAH SEKARANG SAATNYA PERTANYAAN LO DIJAWAB OLEH WANITA CANTIK YANG SUDAH ADA DI STUDIO// MBAK DINDA SELAMAT MALAM//</p> <p><b>DINDA:</b> SELAMAT MALAM DANAR//</p> <p><b>DANAR:</b> MBAK DINDA INI DARI KINARA INDONESIA/ NAH TADI HARD ROCKERS UDAH NANYA TENTANG DUNIA WIRAUSAHA DAN BISNIS// SEKARANG GUE UDAH MEMILIH PERTANYAAN DARI @FAUZANRASYID</p> <p>TIPS MEMULAI BISNIS UNTUK PEBISNIS PEMULA ITU SEPERTI APA SIH?</p> <p><b>DINDA:</b> OK GUE AKAN BERBAGI TIPS YA DISINI// PERTAMA KALI SAAT LO MULAI BISNIS ADALAH LO HARUS TAU DULU BISNIS APA YANG AKAN LO JALANI// KARENA TERKADANG BANYAK ORANG YANG PENGEN BISNIS TAPI BINGUNG MAU BISNIS APA YA ENAKNYAAA?//</p> <p><b>DANAR:</b> MUNGKIN ITU KARENA KEBANYAKAN IDE YA? HARD ROCKERS GITU KAN YA// BANYAK IDE BRILIAN DI OTAKNYA/ DROCKERS GITU..</p> <p><b>DINDA:</b> BISA JADI/ TAPI SEBELUM BERPIKIR LEBIH JAUH LAGI/ LET’S CLEAR OUR MIND THEN/ KIRA-KIRA WAKTU YANG TEPAT UNTUK BISNIS?// SEBENERNYA GAK ADA WAKTU YANG PALING PAS BUAT BISNIS KARENA LO BISA MULAI BISNIS LO KAPAN AJA//</p>

<p><i>Short jingle "Mind Your Own Business"</i></p> <p><b>(Musik) This City- Patrick Stump ft. Lupe Fiasco</b></p> <p><b>Talk 3: Segmen Seal The Deal</b></p> <p>Jingle "Seal the Deal"</p>	<p><b>DANAR:</b> OOH JADI KAPANPUN LO MAU MULAI BISNIS LO HARI INI BAHKAN DETIK INI BISA JUGA YA? ASALKAN ADA MODAL YA MBAK?</p> <p><b>DINDA:</b> BISA/ PERTAMA ADA IDE DULU BARU ADA MODAL// JADI KALO MISALNYA HARD ROCKERS PUNYA IDE MENDING LANGSUNG DIREALISASIIN AJA</p> <p><b>DANAR:</b> TAPI KALO NGOMONGIN SITUASI PEREKONOMIAN DI INDONESIA YANG SUKA GAK STABIL GIMANA TUH MBAK?</p> <p><b>DINDA:</b> SEBENARNYA ITU BISA JADI PATOKAN/ GAK ADA YANG SALAH SIH/ LO BISA BISNIS KAPAN AJA/ TAPI KALO LO SELALU DIBAYANG-BAYANGI KERAGU-RAGUAN/ DUH MULAI SEKARANG APA NGGAK YA/ YANG ADA NANTI UJUNG-UJUNGNYA GAK JADI//</p> <p><b>DANAR:</b> OKE/ JADI RAGU-RAGU YA//</p> <p><b>DINDA:</b> KALO LO RAGU-RAGU TERUS/ KAPAN DONG MULAI BISNISNYA?</p> <p><b>DANAR:</b> OKE MBAK KITA TAHAN DULU/ KITA BALIK LAGI SETELAH YANG SATU INI//</p> <p><b>DANAR:</b> 87.6 HARD ROCK FM JAKARTA YOUR ONLY LIFESTYLE AND ENTERTAINMENT STATION// THIS CITY/ PATRICK STUMP// DANAR GUMILANG MASIH HADIR DISINI HARD ROCKERS DI MIND YOUR OWN BUSINESS//KITA MASUK KE SEGMENT YANG PASTINYA DITUNGGU-TUNGGU DI YANG SATU INI ...//</p> <p>STOP DREAMING START YOUR BUSINESS NOW// KITA MASUK KE SEGMENT SEAL THE DEAL//</p> <p>SEKARANG KITA UDAH PUNYA DUA CALLER// DAN YANG PERTAMA AKAN MELAWAN CALLER</p>
---	---

Lampiran 6 Prototipe yang Diproduksi (lanjutan)

<p>2 kontestan mempresentasikan ide bisnisnya</p>	<p>YANG KEDUA//</p> <p>CALLER PERTAMA INI KITA PUNYA SEORANG WANITA// YANG KATANYANYA SIH MAU BISNIS KUE// KITA LANGSUNG NGOBROL AJA YUK SAMA ARIANA/</p> <p>HALO ARIANA//SELAMAT MALAM//</p> <p><b>ARIANA:</b> HALO SELAMAT MALAM</p> <p><b>DANAR:</b> SEKARANG LO CUMA PUNYA WAKTU SATU MENIT UNTUK MEMPROMOSIKAN/ MENINGKAMPANYEKAN BISNIS LO DIMULAI DARI. SEKARANG//</p> <p>ARIANA: HARD ROCKERS/ GUE PENGEN BISNIS MINI CAKES// BISNIS INI TERISNPIRASI DARI TEMEN-TEMEN GUE// NAH DARI JAMAN KULIAH SAMPE SEKARANG KITA UDAH KERJA SELALU DAN SELALU KITA BINGUNG NYARI KUE PAS ADA TEMEN YANG ULTAH// KITA TUH PENGEN NYARI KUE YANG ENAK/ BENTUKNYA LUCU/ TAPI GAK MAU YANG MAHAL/ NAH YANG NAMANYA CEWEK-CEWEK GAK BISA KAN MAKAN KUE BANYAK-BANYAK// MAKANYA GUE PENGEN BIKIN MINI CAKE// UKURAN CAKE NYA KECIL/ 15X15/ DAN UNIKNYA CAKENYA ITU AKAN DITUTUP DENGAN COKLAT PRINT YANG BISA DIDESAIN SAMA PELANGGAN// JADI BISA TUH GAMBARNYA MUKA TEMEN KAMU YANG ULTAH// INI BISA JADI ALTERNATIF BUAT NGASI KUE PAS TEMENNYA ULTAH// GUE PENGEN BUKA CAKE SHOP DI DAERAH JAKARTA SELATAN// BUTUH MODAL 15 JUTA YANG AKAN GUE ALOKASIIN BUAT SEWA TEMPAT/ GAJI PEGAWAI/ DAN BAHAN BAKU// ANGEL INVESTOR/ INI BISNISNYA PROSPEKTIF BANGET LOH// KARENA SETIAP HARINYA AKAN ADA BANYAK WARGA JAKARTA YANG BERULANG TAHUN/ JADI TARGET MARKET GUE GAK AKAN PERNAH HABIS// HARD ROCKERS PILIH AKU YAA... TERIMA KASIH//</p> <p><b>DANAR:</b> OKE ARIANA TERIMA KASIH//KITA TAHAN DULU// ABIS INI KIA MAU NGOBROL SAMA TIAN//</p>
---	--

	<p>SELAMAT MALAM TIAN//</p> <p><b>TIAN:</b> SELAMAT MALAM</p> <p><b>DANAR:</b> TIAN INI LEBIH UNIK KATANYA DIA MAU BISNIS ANGKRINGAN// TIAN SUDAH SIAP?//</p> <p><b>TIAN:</b> YOI/ SIAP OKE SIMPLE/GUE PENGEN BIKIN BISNIS ANGKRINGAN// ANGKRINGAN ITU NASI KUCING// INI KENAPA GUE MULAI KARENA DULU PUNYA CERITA INDAH WAKTU GUE MASIH KULIAH// JADI GUE KETEMU SAMA ISTRI GUE SEKARANG INI DI SATU ANGKRINGAN DI DAERAH TEMPAT KAMPUS KITA DI DEPOK// NAH/ KENAPA YA GUE PENGEN BIKIN SESUATU YANG MENGANGKAT ROMANSA-ROMANSA CINTA GUE// JADI GUE PENGEN BIKIN ANGKRINGAN NASI KUCING/ MODALNYA GAK BANYAK LAH CUKUP BUAT BELI GEROBAK/ NANTI GUE SEWA TEMPAT// SEKITAR 10 JUTAAN// MUDAH-MUDAHAN ANGEL INVESTOR MAU MENGAPPROVE BISNIS GUE/ SUPAYA GUE BISA MEREALISASIKANNYA// THANK YOU HARD ROCKERS//</p> <p><b>DANAR:</b> TERIMA KASIH TIAN// ITU TADI TIAN HARD ROCKERS// KITA UDAH PUNYA DUA CALLER DAN JUGA TIAN// MBAK DINDA GIMANA NIH?</p> <p><b>DINDA:</b> SERU SIH YA MENURUT SAYA// DUA-DUANYA UNIK BANGET// PERTAMA BISNIS MINI CAKE// BENER SIH PAS PERTAMA GUE DENGAR TADI GUE SEBAGAI CEWEK JUGA EMANG GAK BISA MAKAN CAKE BANYAK-BANYAK//</p> <p><b>DANAR:</b> TAKUT AGAK-AGAK MELEBAR YA MBAK? HAHA</p> <p><b>DINDA:</b> HAHA BENER/</p> <p>NAH KALO YANG BISNIS ANGKRINGAN INI SEBENERNYA BAGUS// CUMAN TADI DARI PRESENTASI YANG DISAMPAIKAN ITU KURANG KOMPREHENSIF YA// GAK MENJELASKAN BAGAIMANA TARGET MARKETNYA// STRATEGI</p>
--	---

Lampiran 6 Prototipe yang Diproduksi (lanjutan)

<p>Jingle Station ID</p> <p><b>(Musik) Mau Dibawa Kemana- Marcell</b></p> <p><b>Talk 4: Closing Mind Your Own Business</b></p> <p>Closing Jingle “Mind Your Own Business”</p>	<p>PEMASARANNYA//</p> <p>DANAR: MUNGKIN SEKARANG ITU DULU// KINI WAKTUNYA ANGEL INVESTOR UNTUK BERPIKIR KARENA MINGGU DEPAN JUGA MASIH ADA CALLER// HARD ROCKERS KALO MAU VOTE MEREKA DI <a href="http://WWW.HARDROCKFM.COM">WWW.HARDROCKFM.COM</a>// NANTI KITA BALIK LAGI DI MIND YOUR OWN BUSINESS</p> <p>87.6 HARD ROCK FM JAKARTA YOUR ONLY LIFESTYLE AND ENTERTAINMENT STATION// MARCELL MAU DIBAWA KEMANA//</p> <p>DA LAGU INI JUGA MENJADI LAGU TERAKHIR SAYA DI MIND YOUR OWN BUSINESS HARD ROCKERS// TERIMA KASIH SUDAH MENEMANI SAYA DANAR GUMILANG SELAMA DUA JAM// TADI KITA UDAH NGOBROL-NGOBROL BARENG MBAK DINDA DARI KINARA INDONESIA/ DAN JUGA UDAH SERU-SERUAN BARENG ARIANA DAN JUGA TIAN// JANGAN LUPA UNTUK VOTE MEREKA DI <a href="http://WWW.HARDROCKFM.COM">WWW.HARDROCKFM.COM</a> KARENA VOTE DARI LO ITU SANGAT BERPENGARUH UNTUK MEREKA//</p> <p>WELL// DANAR GUMILANG SIGNING OFF THE AIR HARD ROCKERS// DAN JANGAN LUPA KALO MISALKAN SAYA ISA QUOTE PERKATAAN MBAK DINDA/ JANGN PERNAH RAGU UNTUK MEMULAI SEBUAH USAHA// KALO LO RAGU KAPAN MULAINYA?//</p> <p>DANAR GUMILANG OFF THE AIR/ BYE NOW!//</p>
---	--