

Produksi Program Radio "Comfort Zone" di Global Radio Bandung Production of Radio Programs "Comfort Zone" Global Radio Bandung

¹Lulu Ilena, ²Udung Noor Rosyad

1,2Prodi Ilmu Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,

Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: ^{1,2}lulu.ilena@gmail.com,

Abstract. Abstract. In line with the increasing need for people to information with advances in technology, broadcasting in Indonesia has grown so rapidly. Various radio stations, especially in large cities are emerging to meet the demands and needs of the community. Therefore, the radio in presenting an event must be packed in such a way so as to meet the needs of the listener so pendengarakan increased and advertisers came. In addition, many of the radio stations have begun to focus its program course with specific target audiences as well. Thus the program of events it becomes necessary for a radio station. Radio audience segmentation that have 20 to 30 years is Global Radio Bandung which has a frequency of 89.7 FM is a radio station broadcasting on the basis of music and information to the target audience adolescence to adulthood. Global Radio Bandung is incorporated in the radio network PT. Radio Trijaya which are members of the MNC Network as a holding company that has focused on radio broadcast into the ownership Trijaya Network. Global Radio Bandung has a program called Comfort Zone that has the format of the show as entertainment which contains information teraktual about health, movies, music, technology, tips and tricks to the accompaniment of light music as well as music tempo was to make the audience more spirit preformance next run various activities. Comfort Zone event is broadcast every Monday through Friday at 10:00 to 13:00 broadcast by Elga Permana. The most important factor in the manufacture of radio broadcast is a production process. The production process requires a long stage event. Long stages in the production process according to J.B Wahyudi radio broadcast can be divided into three parts, namely: production Pre-production-Post Production. The writer wanted to know what steps the stages of the production process Comfort Zone in Global Radio Bandung and how the presentation and packaging of Comfort Zone so as to have a high number of listeners and listener interest is growing every year. The research method is qualitative method with case study approach. The technique of collecting data using interviews, observation, documents and literature study. Long study conducted starting from November 5, 2015 through January 5, 2016 in Bandung Global radio. Pre-production stages Comfort Zone fairly easy and coordinated neatly. With kelebihannya broadcasting time in the morning around noon so menjadikanya programs that memilliki commitment to accompany the listener in the morning activities at Global Radio Bandung. In the pre-production stage produser, director and scrip writer cooperate in drafting and preparing materials that will be broadcast by the broadcaster. In roduksi stage, the announcer is the person responsible for the production of radio programs underway Comfort Zone (On Air).
Keywords: production, mass media, production, program, broadcasting, Global Radio Bandung.

Abstrak. Sejalan dengan meningkatnya kebutuhan manusia terhadap informasi dengan kemajuan teknologi, dunia siaran di Indonesia telah berkembang begitu pesat. Berbagai stasiun radio khususnya di kota-kota besar banyak bermunculan untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, pihak radio dalam menyajikan suatu acara harus dikemas sedemikian rupa agar dapat memenuhi kebutuhan pendengar sehingga pendengarakan meningkat dan pengiklan datang. Selain itu, banyak di antara radio siaran mulai memfokuskan program siarannya tentu dengan khalayak sasaran tertentu pula. Dengan demikian program acara menjadi penting bagi stasiun radio. Radio yang mempunyai segmentasi pendengar 20 sampai 30 tahun adalah Global radio Bandung yang mempunyai frekuensi 89.7 FM merupakan sebuah stasiun radio siaran dengan basis musik dan informasi untuk target pendengar remaja hingga dewasa. Global radio Bandung adalah radio yang tergabung dalam jaringan PT. Radio Trijaya yang mana tergabung dalam MNC Network sebagai holding company yang memfokuskan kegiatan pada bidang broadcast radio ke dalam kepemilikan Trijaya Network. Global Radio Bandung memiliki salah satu program yang bernama Comfort Zone yang memiliki format acara sebagai hiburan yang berisi tentang informasi-informasi teraktual mengenai kesehatan, film, musik, teknologi, tips dan trik dengan diiringi musik ringan juga musik bertempo sedang yang dapat menjadikan para pendengar lebih semangat dalam menjalankan berbagai aktifitas paginya. Acara Comfort Zone disiarkan setiap hari senin sampai jumat pada pukul 10.00 – 13.00 yang disiarkan oleh Elga Permana. Faktor terpenting dalam pembuatan acara siaran radio adalah proses produksi. Proses produksi acara memerlukan tahapan yang panjang. Tahapan panjang dalam proses produksi siaran radio menurut J.B Wahyudi dapat dibagi menjadi tiga bagian, yaitu: Pra

produksi-produksi-Pasca Produksi. Penulis ingin mengetahui bagaimana langkah-langkah tahapan proses produksi Comfort Zone di Global Radio Bandung dan bagaimana cara penyajian dan pengemasan Comfort Zone sehingga dapat memiliki jumlah pendengar yang tinggi serta minat pendengar yang bertambah setiap tahunnya. Metode penelitian yang dilakukan adalah metode kualitatif dengan pendekatan Studi Kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi, dokumen dan studi kepustakaan. Lama penelitian yang dilakukan dari mulai tanggal 5 November 2015 sampai 5 Januari 2016 di Global radio Bandung. Tahapan pra produksi Comfort Zone terbilang mudah dan terkoordinir dengan rapih. Dengan kelebihan masa siar di pagi hari yang menjelang siang hari sehingga menjadikannya program yg memiliki komitmen untuk menemani aktifitas pendengar di pagi hari di Global Radio Bandung. Pada tahap pra produksi produser, director dan scrip writer bekerja sama dalam mengonsep dan menyiapkan materi yang akan disiarkan oleh penyiar. Di tahap produksi, penyiar adalah orang yang bertanggung jawab karena proses produksi program radio Comfort Zone berlangsung (On Air).

Kata Kunci: Produksi, media massa, produksi, program, penyiaran. Global Radio Bandung.

A. Pendahuluan

Pesatnya ilmu pengetahuan dan teknologi telah membawa umat manusia pada satu perkembangan zaman yang pesat pula. Membanjirnya arus informasi yang dapat diterima merupakan salah satu dari pesatnya kemajuan dalam bidang teknologi, khususnya teknologi komunikasi. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi digunakan untuk meningkatkan kualitas penyajian informasi sehingga lebih dinamis, menarik dan komunikatif. Seperti yang telah dikatakan J.B Wahyudi dalam bukunya "Teknologi komunikasi dan produksi citra bergerak" bahwa : "teknologi informasi adalah teknologi elektronik yang mampu mendukung percepatan dan meningkatkan kualitas informasi, serta percepatan arus informasi ini tidak mungkin lagi dibatasi oleh ruang dan waktu". (Wahyudi, 1992:16).

Radio siaran sebagai salah satu bentuk komunikasi massa dengan karakternya yang khas, sampai saat ini masih menjadi primadona sebagai penggerak khalayak. Karakter khas radio siaran antara lain sifatnya yang langsung. Tidak terbatas oleh dimensi ruang dan waktu siarnya yang relatif panjang. Menurut Effendy, dalam bukunya "dinamika komunikasi" bahwa fungsi radio tidaklah berbeda dengan media massa lainnya, yaitu sebagai siaran informasi, pendidikan dan hiburan. (Effendy, 2000:54).

Oleh karena itu, pihak radio dalam menyajikan sebuah acara harus dikemas sedemikian rupa agar dapat memenuhi kebutuhan pendengar yang akhirnya dapat mengikat pendengarnya, dikarenakan pendengar merupakan aset bagi sebuah setasiun radio siaran dalam mencari khalayak. Sehingga peneliti memilih objek penelitian di Global Radio Bandung dengan fokus penelitian "Bagaimanakah proses produksi acara Comfort Zone di Global Radio Bandung?".

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang berupaya memetakan pola Single Case Analysis pada analisis strategi rebranding surat kabar Inilah Koran. Studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan how dan why, bila peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki, dan bilamana fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) dalam kehidupan nyata (Yin, 2014:1). Berdasarkan hal tersebut, maka tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb;

1. Bagaimanakah langkah-langkah pra produksi acara "Comfort Zone" di Global Radio Bandung?
2. Bagaimanakah langkah-langkah produksi acara "Comfort Zone" di Global Radio Bandung?
3. Mengapa diperlukan proses pasca produksi dalam proses produksi acara

“Comfort Zone” di Global Radio Bandung?

B. Landasan Teori

Radio, tepatnya radio siaran (*broadcasting radio*) merupakan salah satu jenis media massa (*mass media*), yakni sarana atau saluran komunikasi massa (*channel of mass communication*). (Romli, 2004: 19). Yang dimaksud dengan istilah radio adalah keseluruhan sistem gelombang suara yang dipancarkan suatu siaran dan dapat diterima oleh pesawat-pesawat penerima dirumah, mobil, kapal, dan sebagainya. radio merupakan salah satu media massa elektronik yang mempunyai kekuatan dari musik, kata-kata atau bahasa yang digunakan dan efek suara.

Dalam sebuah stasiun penyiaran, pengelola akan mengarahkan programnya untuk menarik perhatian audien spesifik diantara sejumlah besar audien umum. Menurut Peter Pringle (dalam Morissan, 2009:233) mengatakan : the television programmer target a general audience and attempt to respons to the preferences of those persons who are available to view. (pengelola stasiun televisi menargetkan suatu audien umum dan berupaya untuk memberikan respons atas kesukaan/ preferensi dari orang-orang yang tengah menonton). Dengan demikian pengelola program stasiun televisi harus mengarahkan programnya kepada segmen audien tertentu yang tersedia pada waktu siaran tertentu. Hal ini sama halnya dengan penentuan target audien yang dilakukan oleh stasiun penyiaran radio komersial.

Dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi, para manajer bergantung pada empat komponen dasar, yaitu:

1. **Produk** adalah suatu barang, jasa, atau gagasan yang dirancang untuk kebutuhan seorang konsumen.
2. **Penetapan harga** adalah memilih harga yang paling sesuai untuk menjualnya, kadang-kadang merupakan suatu tindakan penyeimbang.
3. **Distribusi/penempatan** adalah menempatkan suatu produk pada *outlet* yang sesuai dan memerlukan kepastian mengenai sejenis aktivitas yang
4. keseluruhannya berkaitan dengan bagaimana menyampaikan produk tersebut dari produsen ke konsumen.
5. **Promosi** adalah yang berkaitan dengan teknik-teknik menyampaikan informasi mengenai produk. (Freddy, 2009: 22)

B. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Wawancara merupakan alat pengumpulan data yang sangat penting dalam penelitian komunikasi kualitatif yang melibatkan manusia sebagai subjek sehubungan dengan realita atau gejala yang dipilih untuk diteliti. Wawancara berarti mengajukan pertanyaan mendalam ke subjek sebagai informan (Pawito, 2007:132). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan studi kepustakaan. Wawancara dalam penelitian ini, menggunakan 2 orang karyawan Global Radio Bandung, yaitu Bapak Eko Sudyanto selaku Program Director dan bapak agus selaku *production* di global radio bandung.

Proses produksi acara memerlukan tahapan yang panjang. Dan tahapan panjang dalam proses produksi siaran radiomenurut J.B Wahyudi dapat dibagi menjadi tiga bagian, yaitu :

Tabel 2.2 Tahapan proses produksi radio

Pra-Produksi (perencanaan)	Prouksi (siaran)	Pasca-Produksi (Evaluasi)
---------------------------------------	-----------------------------	--------------------------------------

Sumber : Wahyudi, 1994 : 30

1. Pra Produksi

Di dunia penyiaran, perencanaan (pra produksi) merupakan unsur yang sangat penting, karena siaran memiliki dampak yang sangat luas di masyarakat. Perencanaan disini meliputi :

- a. Perencanaan siaran termasuk didalamnya perencanaan produksi dan pengadaan materi siaran serta menyusunnya menjadi rangkaian mata acara sesuai dengan misi, fungsi, tugas dan tujuan yang hendak dicapai.
- b. Perencanaan pengadaan sarana dan prasarana (*hardware*).
- c. Perencanaan administrasi termasuk didalamnya perencanaan dana, tenaga, pemasaran dan sebagainya. (Wahyudi, 1994:70).

Pada dasarnya setiap mata acara yang disajikan harus melalui proses perencanaan yang matang. Dalam perencanaan, dibutuhkan penata acara, yang akan berhadapan dengan elemen penting pendukung acara seperti musik, kata-kata, identitas stasiun, iklan, gaya siaram, dan penjadualan acara sesuai dengan segmen-segmen waktu yang direncanakan. (Prayuda, 2004:48.).

2. Produksi

Tahap produksi merupakan proses siaran berlangsung. Sampainya sebuah acara kepada pendengar adalah hasil kerjasama penyiar, operator siaran dan petugas pemancar. Tetapi penyiar berperan lebih penting dalam tahapan ini, karena penyiar adalah orang yang menyajikan materi siaran kepada pendengar. Seorang ahli rasio siaran Ben H. Henneke memberikan definisi penyiaran sebagai berikut :

“Penyiaran adalah tak lain hanya suatu usaha untuk mengkomunikasikan informasi – untuk memberitahukan sesuatu. Meskipun informasi tersebut dapat mencapai jutaan pendengar, namun ditujukanya kepada pendengar perseorangan, dan komunikasi tersebut akan sempurna apabila si pendengar mendengar, mengerti, merasa tertarik, lalu melakukan apa yang dia dengar itu”. (Effendy, 1990: 126-127)

Selain itu, produksi penyiaran radio merupakan suara-suara yang unik dari sebuah stasiun penyiaran radio yang tercipta dari beberapa hal di antaranya : 1) kombinasi jenis musik yang memang diprogram sesuai rencana, 2) gaya dan tatanan vocal yang diutarakan oleh penyiar, 3) teknik-teknik yang digunakan dalam proses produksi iklan komersial serta pada iklan layanan masyarakat. 4) *sound* efek yang digunakan untuk mengiringi siaran, 5) sejumlah tekhnik khusus perekaman lainnya serta penggunaan metode-metode produksi suara itu sendiri. (Prayuda, 2004: 75).

3. Pasca Produksi

Pasca produksi atau evaluasi merupakan tahap akhir dari sebuah produksi. Tujuan pasca produksi ini merupakan pengawasan atau *controlling* yaitu langkah untuk menentukan apa yang telah dicapai, mengadakan evaluasi, dan mengamil tindakan-tindakan korektif bila diperlukan untuk menjamin agar hasilnya sesuai dengan apa yang telah direncanakan. (G.R.Terry dalam Wahyudi, 1994: 92). Pengawasan adalah langkah pengujian, apakah segala sesuatu berjalan sesuai rencana yang telah ditentukan, dengan intruksi yang telah diberikan, dan dengan prinsip-prinsip yang telah digariskan. (Henry Fayol dalam Wahyudi, 1994: 92). Pengawasan bertujuan untuk mengetahui kelemahan dan atau kesalahan tidak dengan maksud untuk memperbaikinya, dan mencegah agar kesalahan itu tidak terulang. Pada dasarnya, langkah pengawasan adalah sistem atau mekanisme untuk mengetahui informasi tentang : “apa yang terjadi pada saat proses sedang berlangsung”. (Wahyudi, 1994: 94). Data yang diperoleh data yang ada pada waktu tertentu dalam proses pelaksanaan. Menurut Wahyudi (1994: 94), ada juga yang menggunakan sistem pandangan ke depan (*Feedforward System*). Dua-duanya dapat digunakan secara efektif dan efisien.

C. Pembahasan Penelitian

Langkah-Langkah Pra Produksi Acara Comfort Zone

1. Pra Produksi

- Perencanaan Program (menentukan Format Siaran)

Tim produksi program di Global Radio Bandung sangat detail dalam melakukan perencanaan produksi program Comfort Zone. Menurut Eko Sudiyanto, dalam pra produksi program Comfort Zone, tim produksi program membuat 3 perencanaan yaitu jangka pendek, menengah dan jangka panjang. Sebagaimana dikemukakan Pringle Star dan rekannya (dalam Morissan, 2009: 232) mengenai perencanaan program bahwa: Program planing involves the development of short-, medium-, and long-range plans to permit the station to attains its programing and financial objective. Ini berarti bahwa perencanaan program mencakup pekerjaan mempersiapkan rencana jangka pendek, menengah dan jangka panjang yang memungkinkan stasiun penyiaran untuk mendapatkan tujuan program dan tujuan keuangannya.

Adapun tujuan jangka pendek program Comfort Zonemenarik minat dengar audien, agar mau lebih lama mendengarkan Global Radio Bandung. Oleh karena itu, Global Radio Bandung yang disiarkan setiap hari senin sampai jum'at pada pukul 10.00 - 13.00 memiliki konsep atau format acara hiburan yang menghibur tanpa mengganggu aktifitas audiennya. Karena tim produksi program memiliki asumsi tersendiri bahwa pada pukul tersebut, keadaan sikologis audiennya sedang sibuk dengan aktifitasnya masing-masing. Format acara yang ringan tanpa mengganggu audien, dapat dilihat dari sajian musik yang bertempo sedang sampai rendah dengan musik-musik baru yang sedang hits. Menurut Eko, Karena format acaranya merupakan program hiburan, maka informasi yang disajikanpun harus memiliki batas waktu yang panjang. artinya informasi yang diberikan tidak cepat kadaluarsa dan dapat diingat oleh pendengarnya.

Yang kedua dari jangka waktu sedang, diharapkan program tersebut dapat menjadi produk unggulan yang dapat dijual kepada pemasang iklan. Maka dari itu, Eko mengatakan bahwa dalam program Comfort Zone tim produksi memberikan space tersendiri bagi pemasang iklan memperkenalkan, mengedukasi atau mempromosikan produknya kepada audien melalui interview on air. Kesempatan ini bisa digunakan oleh pemasang iklan untuk mengedukasi Global Listeners sehingga mendapatkan value tersendiri. Perencanaan jangka menengah ini bertujuan untuk mendapatkan income sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan. Yang terakhir dari jangka waktu panjang, Comfort Zone ingin menanamkan program Comfort Zone pada benak khalayaknya sehingga dapat dikenal dan menjadi identitas Global Radio Bandung. Ini diharapkan bisa membuka momentum yang memudahkan Global Radio Bandung dalam menyampaikan pesan yang ingin disampaikan sehingga mudah untuk diterima audien.

2. Produksi Program "Comfort Zone" Di Global Radio Bandung

Seorang ahli rasio siaran Ben H. Henneke memberikan definisi penyiaran sebagai berikut :

"Penyiaran adalah tak lain hanya suatu usaha untuk mengkomunikasikan informasi – untuk memberitahukan sesuatu. Meskipun informasi tersebut dapat mencapai jutaan pendengar, namun ditujukannya kepada pendengar perseorangan, dan komunikasi tersebut akan sempurna apabila si pendengar mendengar, mengerti, merasa tertarik, lalu melakukan apa yang dia dengar itu". (Effendy, 1990: 126-127).

Sesuai dengan penjelasan Eko, bahwa pemilihan penyiar menjadi poin yang sangat penting dari poin lainnya. Maka dari itu tim program director memiliki kriteria khusus dalam menentukan penyiar program Comfort Zone. Adapun kriteria dalam pemilihan penyiar yang menjadi acuan program director adalah penyiar yang dapat menyajikan informasi dengan gaya bahasa dan intonasi yang ramah namun tetap memiliki daya tarik sehingga audien merasa dekat dengan penyiar namun tetap terhibur. Hal ini bertujuan untuk mencapai tujuan program Comfort Zone agar dapat meraih audien sebanyak mungkin, meraih pemasang iklan untuk memasangkan produknya dan menjadikan Comfort Zone menjadi identitas dari Global Radio Bandung.

Dimulai dari apa itu Comfort Zone, tim produksi menentukan turunannya programnya seperti apa, kontennya bagaimana, termasuk musik yang dipilihkan untuk diputar itu dari kategori mana. Dari tagline yang diusung oleh Global Radio Bandung yaitu hanya memutar lagu yang kamu mau. Turunannya yaitu memutar lagu yang sesuai dengan karakteristik pendengar, tim produksi melihat bahwa kondisi pendengar pada saat program Comfort Zone disiarkan yaitu dari jam 10.00 sampai jam 13.00 siang, adalah saat mereka sedang sibuk beraktifitas. Oleh karena itu global radio memberikan program comfort zone yang bertujuan untuk menemani pendengar tanpa mereka merasa terganggu dengan sajian informasi dan sajian musik yang diberikan, sehingga tim produksi memilihkan konten seperti apa yang harus disajikan untuk pendengar pada jam tersebut. Sehingga tim produksi mencoba memberikan kepada pendengar sajian informasi yang cukup beragam yang tentu saja dengan durasi yang tidak terlalu panjang.

3. Pasca Produksi Program “Comfort Zone” Di Global Radio Bandung

Pengawasan adalah langkah pengujian, apakah segala sesuatu berjalan sesuai rencana yang telah ditentukan, dengan intruksi yang telah diberikan, dan dengan prinsip-prinsip yang telah digariskan. (Henry Fayol dalam Wahyudi, 1994: 92). Pengawasan bertujuan untuk mengetahui kelemahan dan atau kesalahan dengan maksud untuk memperbaikinya, dan mencegah agar kesalahan itu tidak terulang. Pada dasarnya, langkah pengawasan adalah sistem atau mekanisme untuk mengetahui informasi tentang : “apa yang terjadi pada saat proses sedang berlangsung”. (Wahyudi, 1994: 94). Data yang diperoleh data yang ada pada waktu tertentu dalam proses pelaksanaan. Menurut Wahyudi (1994: 94), ada juga yang menggunakan sistem pandangan ke depan (Feedforward System). Dua-duanya dapat digunakan secara efektif dan efisien.

Sistem pengawasan menggunakan sistem pandangan ke depan lebih bersifat preventif. Informasi dari input dipergunakan untuk melakukan koreksi baik pada perencanaan maupun proses pelaksanaan, sementara pada proses pengawasan yang bertitik tolak dari arus balik, berarti proses pelaksanaan sudah menghasilkan output, baru diadakan langkah koreksi, baik pada perencanaan maupun pada proses pelaksanaan. Antara pengawasan dan perencanaan ada keterkaitan yang sangat erat.

Tahap evaluasi dilakukan dua kali yaitu langsung setelah proses produksi dilakukan oleh program director dan pada pertemuan mingguan bersama seluruh divisi, yang biasanya dilakukan pada hari senin pagi. Pada tahap evaluasi, yang pertama yang biasanya dievaluasi adalah konten yang disiapkan oleh produser. Ini bisa dilihat dari akurasinya, apakah berita sudah benar artinya sudah melalui tahap verifikasi. Selanjutnya bisa dilihat dari durasi skrip yang disiapkan, hal ini bisa dilihat dari durasi dan penyampaian yang dilakukan penyiar saat siaran, juga bisa dilihat dari cara penyampaiannya mulai dari tutur katanya, mulai dari kosa katanya, mulai dari penguasaan materinya, termasuk juga evaluasi tentang materi apa yang akan disajikan untuk edisi Comfort Zone berikutnya.

D. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan peneliti, maka penelitian mengenai proses produksi program *Comfort Zone* di Global Radio Bandung dilakukan dalam tiga tahap, yakni :

1. Pra produksi, penentuan materi siaran sudah mempunyai *pointer-pointer content* siaran yang baku dan sumber-sumber informasi yang tetap untuk dijadikan patokan dalam pembuatannya. Dalam penjualan iklan, *Comfort Zone* mendapat kemudahan karena *image* sistem Radio Network dari Global Radio Bandung. Sedangkan untuk proses administrasi dan persiapan peralatan, sudah ditanggungjawabkan kepada divisi teknik yang lebih ahli dalam bidang mekanisme dan pemeliharaan peralatan.
2. Produksi, untuk acara *Comfort Zone*, Elga Permana memenuhi kapasitasnya sebagai penyiar. Hal ini dilihat dari banyaknya *client* yang memasang iklan atau bahkan membeli *space* waktu dalam siaran (*on air*) untuk mempromosikan produknya. Hal ini menandakan bahwa proses produksi yang dilakukan Elga Permana sukses menarik minat pendengar dan pemasang iklan. Adapun evaluasi yang dilakukan, yang pertama biasanya evaluasi mengenai konten yang disiapkan oleh produser. Ini bisa dilihat dari akurasinya, apakah berita sudah benar artinya sudah melalui tahap verifikasi. Selanjutnya bisa dilihat dari durasi

skrip yang disiapkan, hal ini bisa dilihat dari durasi dan penyampaian yang dilakukan penyiar saat siaran, juga bisa dilihat dari cara penyampaiannya mulai dari tutur katanya, mulai dari kosa katanya, mulai dari penguasaan materinya, termasuk juga evaluasi tentang materi apa yang akan disajikan untuk edisi *Comfort Zone* berikutnya.

3. Pasca produksi, evaluasi yang dilakukan Eko Sudiyanto selaku *Program Director* dilakukan dua kali, yaitu langsung pada saat proses produksi selesai dilakukan oleh penyiar. Biasanya yang dievaluasi adalah konten yang disiapkan oleh produser. Ini bisa lihat dari akurasinya, durasi dan penyampaian yang dilakukan penyiar saat siaran, juga bisa dilihat dari cara penyampaiannya mulai dari tutur katanya, mulai dari kosa katanya, mulai dari penguasaan materinya, termasuk juga evaluasi tentang materi apa yang akan disajikan untuk edisi *Comfort Zone* berikutnya. Yang kedua pada pertemuan mingguan yang dihadiri oleh seluruh divisi. Pada saat pertemuan mingguan membahas mengenai permintaan dari *client* yang disampaikan oleh divisi marketing.

E. Saran

Saran untuk Global Radio Bandung khususnya untuk acara *comfort zoned* ditinjau dari data-data yang dikumpulkan peneliti terdapat beberapa unsur yang membuat kurang dari acara tersebut. Untuk mengetahui kekurangan dari acara *Comfort Zone* maka diharapkan :

1. Dalam menyampaikan materi siaran, penyiar yaitu Elga Permana sudah cukup kompeten dalam menyampaikan informasi. Namun sebaiknya penyiar bisa membuat strategi lain dalam mengikat *chemistry* dengan pendengar, agar pendengar dapat lebih loyal terhadap program *comfort zone*.
2. Untuk meningkatkan pendengar dan meraih pemasang iklan, sebaiknya Global Radio Bandung memperbanyak agenda dalam mempromosikan program *Comfort Zone* secara *on air, of air* ataupun beriklan di *billboard*.
3. Dalam *interview* dengan *client* sebaiknya dibuat susunan acara yang lebih menarik. Misalnya materi wawancara yang diselingi dengan humor, ataupun diadakan segmen khusus untuk *gamedan* lain-lain agar pendengar lebih tertarik untuk mendengarkan, dan pemasang iklan lebih puas.

Daftar Pustaka

- Hamidi. 2007. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. Malang: UPT. Penerbitan Universitas Muhammadiyah.
- Moleong, Lexy. J. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2012. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Oramahi, Hasan Asy'ari. 2012. *Jurnalistik Radio*. Jakarta: Erlangga.
- Effendy, Onong Uchjana. 1991. *Radio Siaran Teori & Praktek*. Bandung: Mandar Maju
- Wahyudy, J.B. 1994. *Dasar-dasar Manajemen Penyiaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- K. Yin, Robert. 2002. *Studi Kasus: Desain & Metode*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Morisaan. 2011. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.