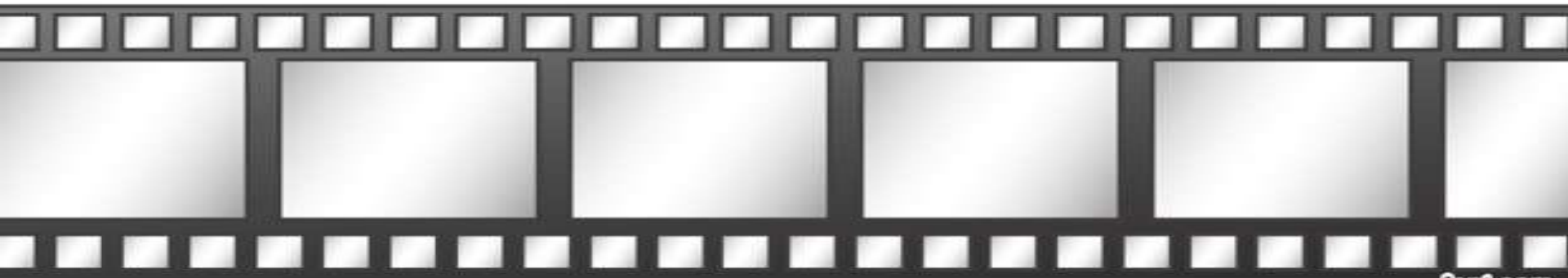
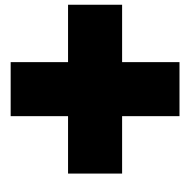


PROGRAM SIARAN RADIO & TELEVISI



Program=
Barang
Dagangan

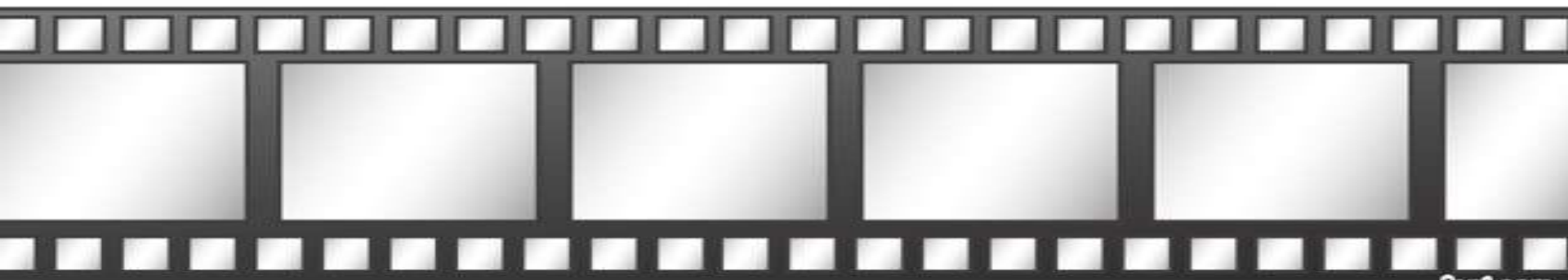


Profit

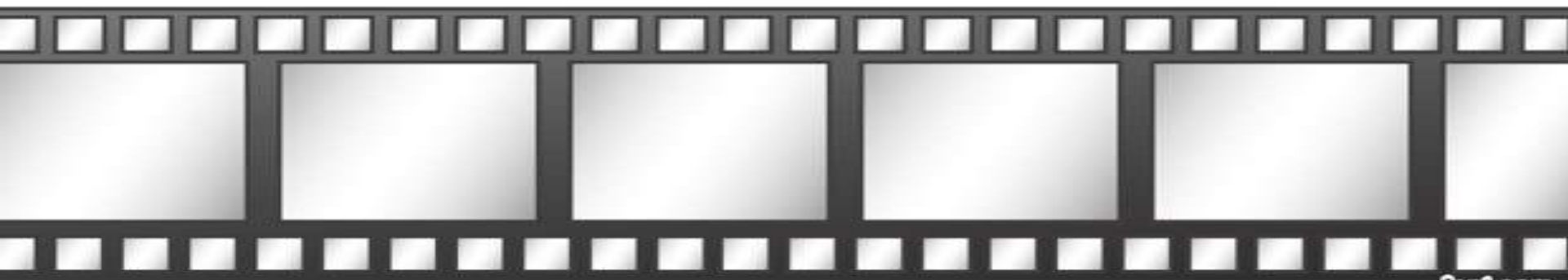
Audiens &
Pemasang
Iklan

Fungsi Utama Bagian Program

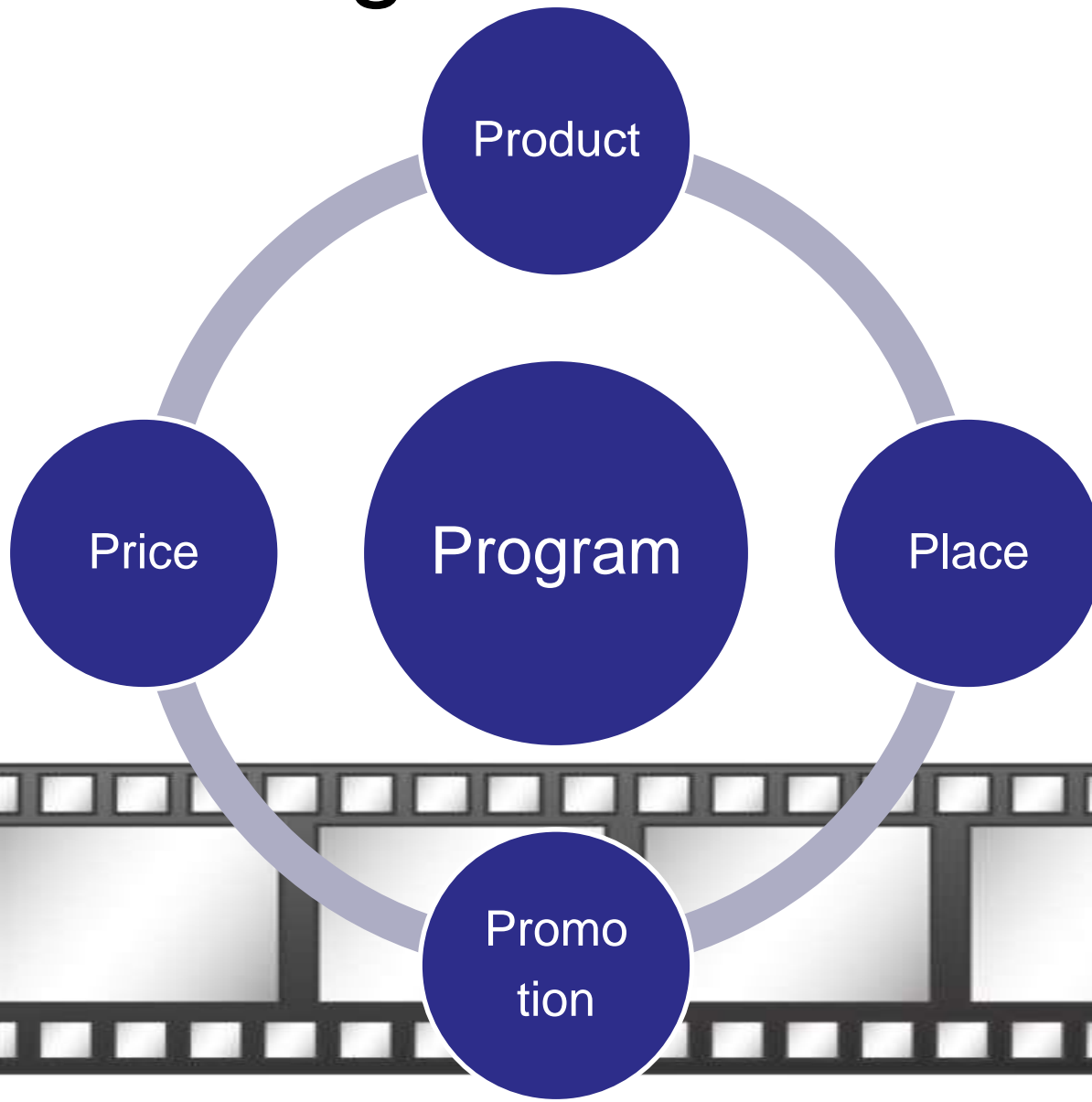
1. Memproduksi dan membeli atau akuisisi program yang dapat menarik audiens yang dituju.
2. Menyusun jadwal penayangan program atau *scheduling* program untuk menarik audiens yang diinginkan



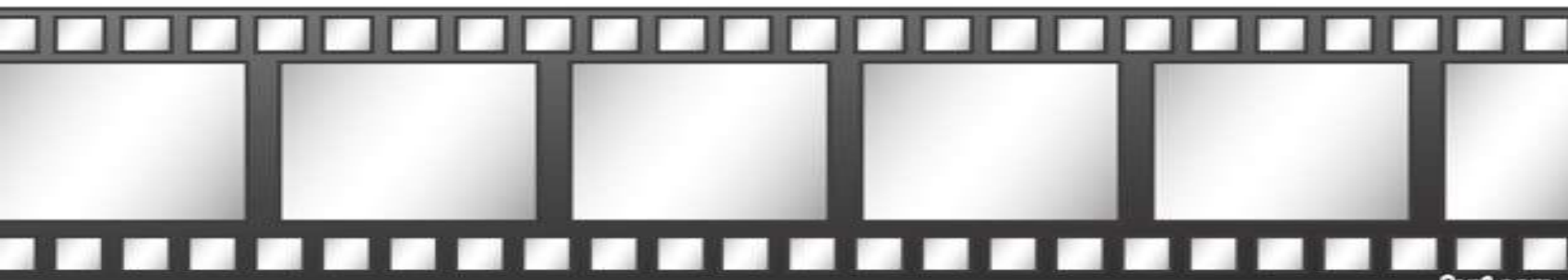
3. Memproduksi layanan publik, promosi dan produksi iklan lokal.
4. Produksi dan akuisisi program-program lainnya untuk memuaskan ketertarikan publik
5. Menciptakan keuntungan bagi pemilik media



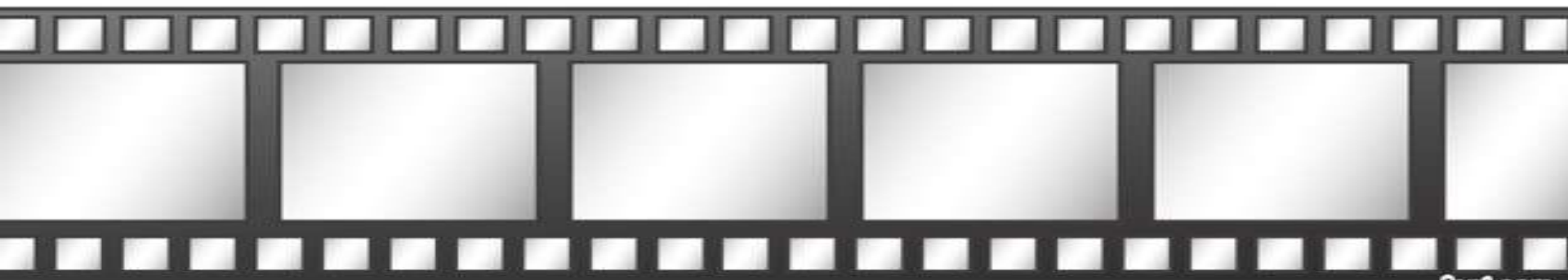
4 Pertimbangan Perencanaan Program Siaran



- Product, artinya materi program yang dipilih haruslah yang bagus dan diharapkan akan disukai audiens.
- Price, artinya biaya yang harus dikeluarkan untuk membeli atau memproduksi program itu. Dengan biaya yang efisien dan kualitas yang dihasilkan baik/ sesuai.



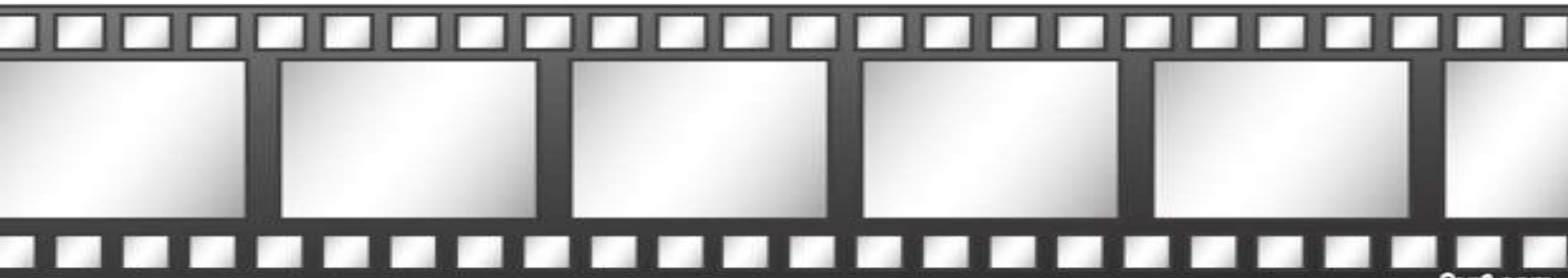
- Place, artinya kapan waktu siaran yang tepat bagi program itu. Pemilihan waktu siar yang tepat bagi suatu program akan sangat membantu keberhasilan program yang bersangkutan.
- Promotion, artinya bagaimana memperkenalkan dan kemudian menjual acara itu sehingga dapat mendatangkan iklan



Jenis Program (informasi&hiburan)

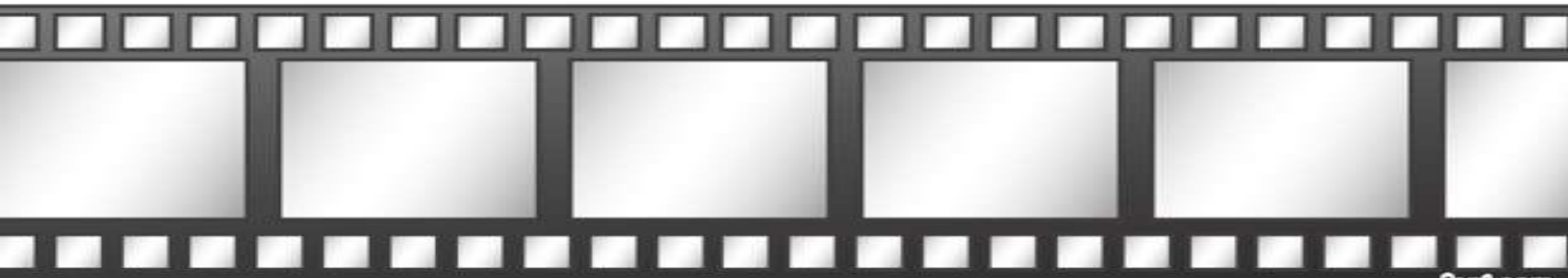
1. Program Berita/informasi

- Berita
- Olah raga (sport)
- Current Affairs Program
- Feature
- Magazine news
- Magazine Show



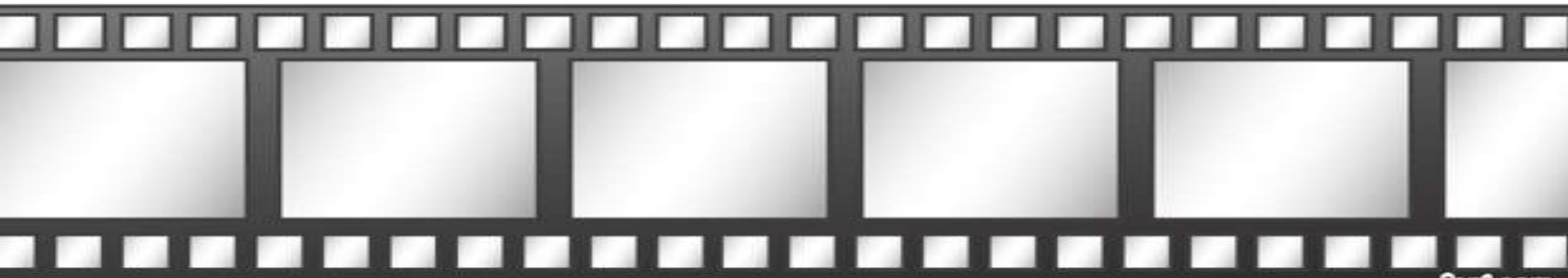
2. Program Non Fiksi atau Non Drama

- Musik
- Kuis
- Talkshow
- Gameshow
- Dokumenter TV
- Varietyshow
- Realityshow



3. Program Fiksi atau Drama

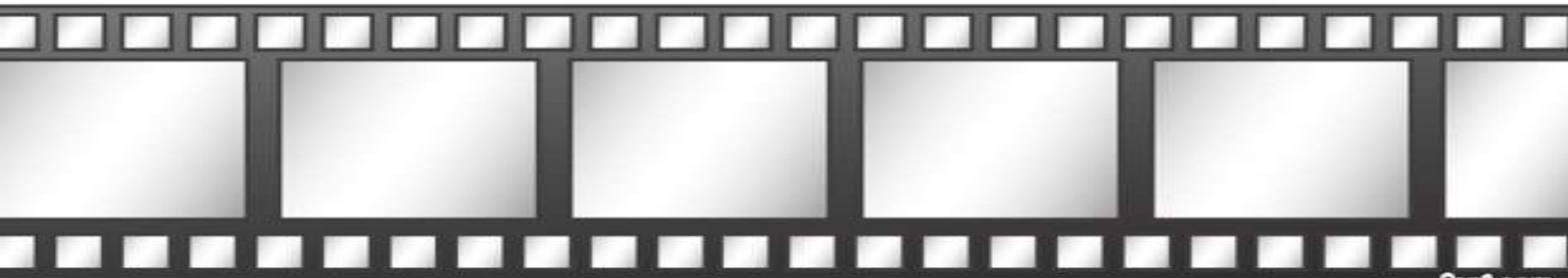
- Action
- Percintaan
- Komedi
- Horor
- Dokudrama
- Operet



Program Siaran Radio

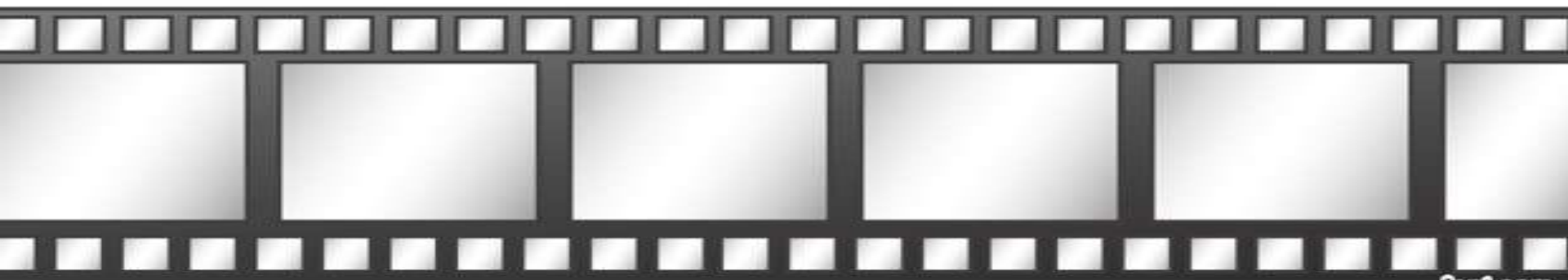
1. Siaran Hiburan

- Drama
- Musik : Adult Contemporary (AC), Country, Contemporary Hit Radio, Album – *Oriented Rock*, Urban, Oldies
- Humor
- Kuis



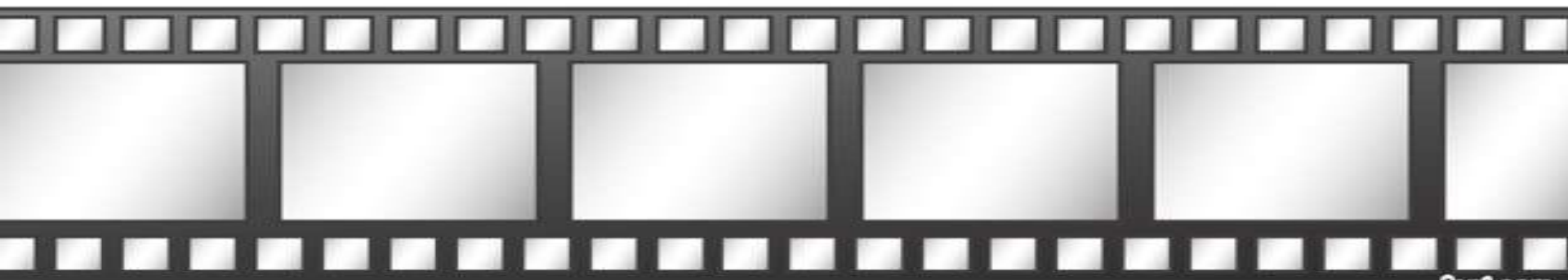
2. Siaran Kata

- Berita
- Ulasan/ tajuk
- Wawancara
- Diskusi
- Majalah udara
- feature



Teori Mengenai Audiens

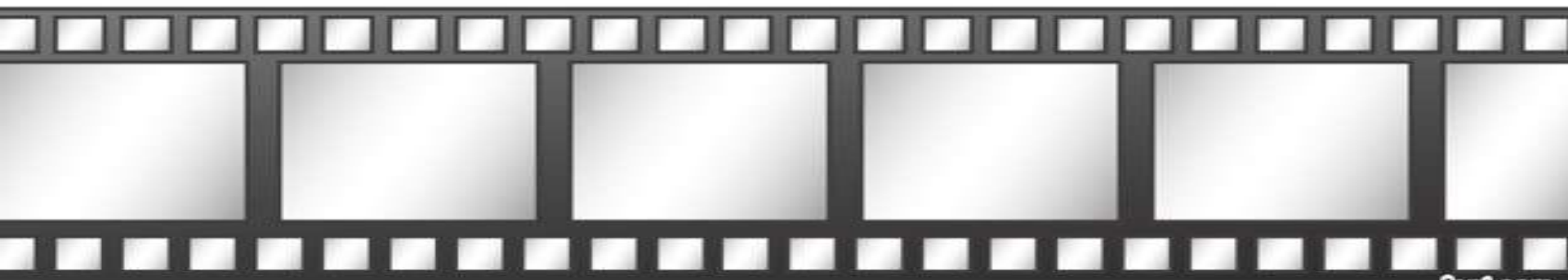
- Pada studi ini memusatkan perhatian pada penggunaan isi media untuk mendapatkan pemenuhan atas kebutuhan seseorang. Pendekatan ini dikenal dengan sebutan Uses and Gratification (penggunaan dan pemuasan). Penggunaan media adalah salah satu cara untuk memperoleh pemenuhan kebutuhan, maka efek media sekarang didefinisikan sebagai situasi ketika pemuasan kebutuhan tercapai.
- Pengelompokannya antara lain: pengetahuan, hiburan, kepentingan sosial, dan pelarian



Versi lain dari pendekatan *Uses and Gratifications* ini dikemukakan Karl Erik Rosengren (1974), yang menyatakan bahwa:

- Kebutuhan mendasar tertentu dalam interaksinya dengan berbagai kombinasi antara karakteristik intra dan ekstra individu juga dengan struktur masyarakat termasuk struktur media menghasilkan berbagai kombinasi persoalan individu dan juga persepsi mengenai solusi bagi persoalan tersebut

- Kombinasi persoalan dan solusinya
menunjukkan berbagai motif untuk mencari
pemenuhan atau penyelesaian persoalan
yang menghasilkan perbedaan pola konsumsi media dan perbedaan pola perilaku lainnya yang menyebabkan perbedaan pola pemenuhan yang dapat mempengaruhi pula struktur media dan berbagai struktur politik, kultural, ekonomi dalam masyarakat.



TERIMA KASIH

- Source:
- Andi Fachruddin & Hidajanto Djamil. 2011. Dasar-Dasar Penyiaran. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Riswandi. 2009. Dasar-Dasar Penyiaran. Graha Ilmu. Jakarta.

