

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Radio, merupakan salah satu media informasi yang masih mendapatkan tempat di hati masyarakat saat ini. Bukan sebuah hal yang wajar, mengingat bahwa arus informasi dan era internet saat ini membuat masyarakat mulai meninggalkan hal yang dianggap sedikit konservatif dan kebutuhan masyarakat akan informasi yang begitu cepat agar selalu *up to date* membuat beberapa media informasi mulai ditinggalkan. Meski arus informasi serta kemajuan teknologi membuat segalanya lebih cepat, tidak dapat dipungkiri Radio adalah salah satu alternatif untuk mendapatkan informasi mengingat salah satu sifat Radio yang menyampaikan sesuatu langsung kepada telinga pendengar, hal ini dapat dijadikan alasan mengapa kecanggihan teknologi dan kecepatan informasi tidak dapat menghilangkan tempat Radio di hati masyarakat. Sebuah hasil riset menarik yang dirilis oleh www.agbnielsen.co.id edisi 15-31 maret 2011 menulis bahwa radio adalah media yang sampai saat ini masih dikonsumsi oleh 30% dari penduduk di 9 kota besar di Indonesia.

Hal ini justru menjadi pemicu para pembuat program radio agar selalu menciptakan sesuatu yang *fresh* dan melakukan inovasi agar menghasilkan

sesuatu yang kreatif. Radio telah menghasilkan banyak program sebagai hiburan masyarakat salah satunya adalah sandiwara radio, menurut Triartanto sandiwara radio merupakan sebuah program yang menyajikan secara audio pola pelakonan atau dramatisasi para tokoh dalam suatu tema yang dibawakan dengan gaya naratif, monolog, maupun dialog yang diselingi suara musik, lagu, serta suara efek seperlunya. Sejarah radio mencatat, drama radio mencatat *War of the Worlds* karya H.G Wells, yang berkisah tentang penyerangan makhluk mars ke bumi, telah menunjukkan kemampuan siaran radio dalam memenuhi pendengarnya. Faktanya, banyak warga amerika yang mendengarkan drama radio tersebut , berbondong-bondong pergi meninggalkan kota. Fenomena tersebut menunjukkan dalam istilah Bertolt Brecht, radio adalah theatre of mind (Triartanto, 2010:146).

Di Indonesia, ada beberapa program Sandiwara Radio yang menjadi legenda di masanya. Masyarakat meluangkan waktunya demi mendengarkan kelanjutan kisah yang dibawakan oleh Sandiwara Radio kesayangannya, deretan judul seperti Saur Sepuh, Tutar Tinular, Misteri Gunung Merapi, dan lain sebagainya yang pernah tercatat dalam sejarah perkembangan Sandiwara Radio di Indonesia.

Saat ini, di Yogyakarta. Salah satu stasiun radio swasta yang bernama Geronimo FM telah membuat sebuah program sandiwara radio yang berjudul Kos-kosan Gayam. Program ini mengudara sejak 2010, tepatnya pada tanggal 10 agustus 2010 dan rutin mengudara setiap kamis pukul 21.30 wib di 106,1 Geronimo FM Yogyakarta. Bercerita tentang problematika 3 orang mahasiswa

yang merantau di Yogyakarta dan menetap di salah satu kos di daerah Gayam. 3 mahasiswa tersebut adalah Bram, Icuk, dan Parwoto serta dibantu oleh beberapa karakter tambahan lainnya yang dalam setiap episode membantu dalam memperkuat karakter dan isi cerita yang dibawakan. Program ini mengambil genre komedi, berlatar kehidupan kos, dan dibawakan dengan *jokes* yang diangkat dari peristiwa yang hangat dibicarakan lengkap dengan istilah yang sedang *happening* saat itu. Program Kos-kosan Gayam dikemas dialog ringan khas anak muda serta dilengkapi dengan *sound effect* untuk memperkuat isi cerita dan sesekali mengambil salah satu lagu agar menciptakan efek dramatisasi dalam menyampaikan cerita.

Program Kos-kosan Gayam sudah berusia 3 tahun dan tetap mengudara sampai saat ini, pendengarnya adalah mahasiswa dan anak muda sesuai dengan segmentasi pendengar yang ingin dicapai oleh Geronimo FM. Meski program Kos-kosan Gayam bersifat lokal (karena hanya bisa menjangkau daerah Yogyakarta dan sekitarnya) namun beberapa artis ibukota pernah turut berpartisipasi menjadi salah satu karakter dalam Kos-kosan Gayam seperti Tukul Arwana (pelawak & *Host* salah satu program *Talk Show* di stasiun TV swasta) dan Oppie Andaresta (penyanyi). Beberapa seniman di Yogyakarta sendiri pun turut mengisi seperti Anang Bas (Pelawak, seniman Yogyakarta), Erix Soekamti “Endank Soekamti”, dan Alit-alit Jabang Bayi (MC, seniman Yogyakarta). Menurut Awang Adjiwasita sebagai salah seorang pengisi suara

tokoh utama Icuk Simarmata yang juga merangkap sebagai penulis naskah serta *Music Director* Geronimo FM, kesuksesan acara ini bukan dalam bentuk sebuah penghargaan atau *reward* tetapi dari *feedback* pendengar yang bisa dilihat lewat antusias mereka dalam mengutip kata dan guyonan setiap episode di social media seperti *Twitter* dengan menggunakan tagar atau *hashtag* #KoskosanGayam & #KKG, yang sekaligus dapat dilihat di linimasa Geronimo FM (@geronimofm) sepanjang program ini mengudara atau sesudahnya. (Awang Adjiwasita, hasil wawancara *via voice note* aplikasi *whatsapp*, 3 oktober 2013)

Di Indonesia saat ini, sudah jarang sekali ditemukan program siaran radio yang berbasis sandiwara radio. Dari hasil wawancara singkat dengan penulis naskah program Kos-kosan Gayam yang sekaligus menjadi *Music Director* di Geronimo FM diatas, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana praktek proses produksi program sandiwara radio Kos-kosan Gayam di Geronimo FM.

B. Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang dan beberapa penjelasan yang dipaparkan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana proses produksi program sandiwara radio Kos-kosan Gayam di Geronimo FM Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan bagaimana proses produksi program sandiwara radio Kos-kosan Gayam yang dilakukan oleh tim produksi di Geronimo FM Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat penelitian ini secara teoritis bisa menjadi kajian tentang bagaimana proses produksi sebuah program sandiwara radio.
2. Secara praktis, penelitian ini juga menjadi saran bagi pihak tim produksi program sandiwara radio Kos-kosan Gayam Geronimo FM Yogyakarta.

E. Kerangka Teori

1. Radio

Radio adalah media sederhana yang bias didengarkan kapanpun dan dimanapun, seiring perkembangan teknologi saat ini radio sudah bias didengarkan melalui perangkat *handphone* atau radio kecil yang sifatnya bias dibawa kemanapun. Orang memilih mendengarkan radio adalah dengan alasan

radio bergerak lebih cepat karena sifatnya langsung dan informasinya selalu baru serta kemudahan untuk mengaksesnya.

Radio swasta di Indonesia saat ini sudah beragam dengan segala karakter dan segmentasi audiens pendengarnya, seperti yang kita tahu radio swasta bukan hanya berfungsi sebagai sebuah media namun lebih kepada sebuah industri yang berorientasi terhadap keuntungan. Hal ini seperti yang diungkapkan Warren dalam bukunya *Radio the Book*, radio adalah media industri lokal yang harus menempatkan diri dimana ia berada karena di situlah pangsa pasar mereka yang harus mengerti apa kebutuhan dan keinginan pendengarnya dalam hal informasi dan hiburan (Warren, 2005:3)

Radio mendapat julukan sebagai kekuasaan kelima atau *the fifth estate* setelah pers yang dianggap sebagai kekuasaan keempat setelah eksekutif, yudikatif, dan legislatif. Para ahli komunikasi memberi julukan *the fifth estate* karena peran dan fungsi radio yang dibuktikan ketika terjadi Perang Dunia II dimana blok Jerman yang beranggotakan Italia dan Jepang yang berhadapan dengan blok sekutu juga terlibat perang di radio. sampai sekarang pun, jika terjadi perebutan kekuasaan di sebuah Negara, diantara sekian banyak media massa yang pertama diincar adalah radio.

Ada 3 faktor kenapa radio dijuluki kekuasaan kelima. Antara lain:

a) Radio siaran bersifat langsung

Maksud dari bersifat langsung disini adalah suatu pesan yang akan disampaikan dapat dilakukan tanpa melalui proses yang rumit.

b) Radio tidak mengenal jarak dan rintangan

Suatu pesan yang disampaikan lewat radio akan bisa langsung diterima secara langsung saat itu juga. Selain itu, jangkauan dari radio itu sendiri dapat mencakup segala penjuru seperti apapun medannya baik itu gunung, lembah, padang pasir, dan sebagainya

c) Radio memiliki daya tarik

Jika televisi punya kelebihan yakni perpaduan antara gambar dan suara, maka radio juga punya keunikan meski hanya mengandalkan suara, yakni:

- 1) Kata-katanya lisan
- 2) Musik
- 3) Efek Suara

Ketiga hal diatas tak dapat dipungkiri adalah kekuatan dari siaran radio yang membuatnya bertahan hingga hari ini. kelebihan lainnya, radio dapat didengarkan dimana saja. Di dapur, di kamar, bahkan saat berkendara (Effendy, 2004:107).

2. Produksi Program Siaran

a) Departemen Program

Sebelum merencanakan sebuah program siaran, ada banyak aspek yang wajib diperhatikan. Selain kelengkapan data, naskah, serta keperluan siaran lain, faktor Sumber Daya Manusia juga memiliki peran penting dalam sebuah perencanaan program siaran. Dari sekian *Jobdesk* dalam struktur organisasi Stasiun radio yang kesemuanya dibawah kendali *General Manager* selaku pimpinan utama, untuk urusan penyiaran diatur oleh penanggung jawab penyiaran. Departemen program dalam sebuah radio dipimpin oleh Program Director. Kemudian setiap program nantinya diberada di bawah tanggung jawab produser dimana tim kerjanya terdiri dari *Announcer* (penyiar), *Script Writer* (penulis naskah), *Broadcast Operator* (operator siaran), *Music Director* (direktur musik), dan *Production Coordinator* (koordinator produksi).

I. Program Diretor

Seorang direktur program adalah orang yang paling bertanggung jawab dalam sebuah program yang dijalankan oleh radio, karena segala sesuatunya akan tergantung dari seorang Program Director dalam mengarahkan sebuah program. Menurut John Lund yang dikutip oleh Prayudha (2005:79), seorang direktur program harus memiliki obsesi dengan *rating*, penjualan, dan kemampuan untuk mendapat keuntungan

secara mendidik dan menghargai para praktisi siaran. Ada 13 kerangka dasar yang dapat menunjang dan harus dimiliki oleh seorang direktur program, antara lain:

- 1) *Monitoring*, yaitu memantau dan mendengarkan siaran setiap hari
- 2) *Act*, memberi koreksi terhadap kesalahan siaran sesegera mungkin yang dilakukan oleh tim kerja program
- 3) *Create*, memunculkan inovasi lewat ide segar untuk menciptakan variasi
- 4) *Involve yourself with your people*, melibatkan diri dengan tim kerja program
- 5) *Get Input*, mencari masukan
- 6) *Be aware of the competition*, yaitu selalu siap dengan persaingan
- 7) *Involve yourself in the community*, melibatkan diri dalam komunitas dan bergaul dengan masyarakat, dalam hal ini adalah pendengar
- 8) *Be positive*, selalu bersikap positif
- 9) *Share*, berbagi gagasan atau ide untuk meningkatkan kualitas penyiaran

- 10) *Review your goal*, meninjau ulang apa yang sudah dilakukan dan sudah sejauh mana pencapaiannya
- 11) *Set an example*, memberi contoh kepada tim kerja untuk meminimalisir kesalahan dalam siaran ataupun kinerja perusahaan
- 12) *Be conscious*, sadar akan biaya yang dikeluarkan. Selalu memotivasi tim kerja agar selalu melakukan efisiensi dalam biaya namun tetap efektif dalam menjalankan program
- 13) *Do something*, melakukan sesuatu setiap hari agar tim kerja mengetahui keseriusan serta kepedulian terhadap perkembangan stasiun radio.

II. Produser

Hal mendasar yang wajib dimiliki oleh seorang produser adalah ketrampilan dalam menciptakan sebuah program radio. Tugas seorang produser adalah merencanakan lalu menjalankan program serta mengirimkan pesan kepada para pendengar melalui penyiar. Di masa sekarang di mana persaingan radio semakin ketat, produser dituntut untuk harus lebih keras dalam berusaha meningkatkan kualitas siaran guna mendapatkan perhatian dari para pendengar. Oleh karena itulah mengapa seperti yang telah tertulis di atas bahwa produser harus memiliki ketrampilan karena seorang produser lebih menitikberatkan terhadap hal

yang sifatnya komersil. Ada berbagai macam cara agar sebuah program mendapatkan perhatian dari para pendengar, salah satunya adalah dengan cara promosi.

Produser juga memiliki otoritas untuk menentukan apakah program yang akan disiarkan nanti akan diproduksi secara *live* atau rekaman. Produksi *live* atau biasa disebut *On Air* memiliki perbedaan dengan produksi yang dijalankan secara rekaman, produksi *On Air* bersifat sekali pengambilan atau sekali *take* sedangkan produksi rekaman adalah produksi yang telah mengalami beberapa proses penyuntingan atau *editing*.

a. *Announcer*

Announcer jika diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia adalah penyiar, adalah garda terdepan dalam menyampaikan pesan kepada para pendengar. Dalam tugasnya penyiar wajib menjalin interaksi kepada para pendengar, dan menjadi salah satu karakter yang menguatkan karakter radio maupun karakter suatu program siaran. Dalam menjalankan tugasnya, seorang penyiar dibantu naskah yang sudah disusun oleh tim penulis naskah dan operator siaran.

b. *Script Writer*

Script writer atau penulis naskah merupakan orang yang menuliskan sebuah naskah radio untuk digunakan dalam siaran. Sebelum menuliskan naskah seorang *script writer* harus berdiskusi dengan produser dalam menentukan tema serta pemilihan kata yang akan digunakan oleh penyiar. Semua itu diperlukan agar karakter sebuah program siaran menjadi satu kesinambungan dan dapat menyampaikan pesan yang ingin disampaikan kepada para pendengar.

c. *Broadcast Operator* (BO)

Broadcast operator adalah orang yang bertugas mengatur segala teknis dalam siaran. BO juga bertugas sebagai orang yang menerima pesan singkat (SMS) maupun telpon yang masuk untuk berinteraksi sebelum nantinya akan disambungkan ke penyiar secara *On air*.

d. *Music Director* (MD)

Musik adalah salah satu elemen penting dalam radio, dan peran seorang direktur musik disini memegang peranan penting. Pemilihan dan klasifikasi musik yang masuk dan yang nantinya akan diputar di radio tak lepas dari peranan seorang direktur musik ini. Yang membedakan satu perusahaan radio dengan lainnya adalah karakter yang ingin diusung radio tersebut, pemilihan jenis musik dan klasifikasi inilah yang

menjadikan karakter radio itu kuat dan *spirit* yang ingin disampaikan kepada para pendengar sampai.

e. *Production Coordinator*

Suatu program radio perlu memilikibanyak materi suara untuk mendukung kesempurnaan siaran. Production Coordinator atau koordinator produksi adalah seseorang yang bertugas untuk menambahkan “hiasan” dalam sebuah radio, agar sebuah program radio memiliki keunikan dalam menyampaikan pesan. Dalam hal lain koordinator produksi juga memiliki tanggung jawab atas pembuatan iklan dan *jingle* sebuah program siaran. (Prayudha, 2004:82)

III. Perencanaan Program

Dalam mencapai kesempurnaan produksi dan penyajian siaran, ada tiga penggolongan untuk rencana siaran yakni:

a. Rencana Siaran Bulanan

Adalah garis besar perencanaan siaran dalam satu bulan, biasanya adalah kumpulan dari beberapa program siaran yang sudah didiskusikan dengan tim masing-masing secara terpisah. Rencana siaran bulanan ini biasanya sudah harus disiapkan satu bulan sebelumnya, termasuk di dalamnya adalah kesiapan materi dalam satu bulan dan apabila sebuah

program berniat mendatangkan salah seorang narasumber maka undangan untuk narasumber sudah harus disebar. Pun juga mengenai estimasi biaya masing-masing program juga sudah harus terrencanakan dengan matang sesuai dengan anggaran yang telah disediakan.

b. Rencana Siaran Pekan

Rencana ini tentunya lebih dalam dari rencana siaran sebelumnya, rencana siaran pekan atau mingguan adalah ragam program dari hari minggu hingga hari sabtu. Rencana siaran ini adalah penguraian dari rencana siaran bulanan yakni lebih mengacu pada judul dan jenis acara serta waktu sekaligus pernaik-pernaik yang ada di dalamnya.

Termasuk juga dalam perencanaan ini adalah jadwal penyiar serta operator pagi, siang, maupun malam. Rencana cadangan pun harus ditetapkan bilamana ada penyiar atau operator yang berhalangan hadir dalam hari itu.

c. Rencana siaran harian

Penjabaran dari 2 rencana yang telah dituliskan di atas adalah Rencana Siaran Harian, Rencana ini meliputi detail menit ke menit dari pembukaan sampai penutupan sebuah siaran.

Rencana siaran harian adalah panduan bagi penyiar dan juga operator, hal ini dimaksudkan agar terjadi kesinambungan dan harmonisasi antara penyiar, penulis naskah, operator, serta produser. Yang perlu dicantumkan dalam naskah adalah:

- Judul acara, serta pimpinan atau produsernya
 - Jenis musik, serta nama lagu yang akan diputar
 - Jenis penyajian acara, apakah bersifat formal atau informal
 - Studio yang akan digunakan
 - Nama penyiar, narasumber, pembaca berita, dan lain sebagainya
 - Nama operator yang mendampingi penyiar.
- (Prayudha, 2004: 86)

3. Sandiwara Radio

Sebuah cerita dalam sandiwara radio dapat mencerminkan segala kegiatan dan pendengar pun akan mendapatkan sesuatu dari rangkaian cerita tersebut. Sebuah program sandiwara radio haruslah memiliki sifat yang layak, masuk akal, meski dalam sebuah cerita yang tidak biasa. Sandiwara radio yang baik adalah sandiwara radio yang selalu menimbulkan efek penasaran kepada para

pendengar agar dapat mempertahankan loyalitas pendengar untuk selalu mengikuti cerita yang disajikan dalam sandiwara radio dari episode ke episode.

Penulis naskah dalam sandiwara radio pun perlu menggali potensi hal menarik yang sedang terjadi dalam masyarakat saat itu, fenomena yang sedang terjadi, kata yang sedang *up to date*, dan memiliki rasa yang bagus dalam mengolah realitas yang terjadi pada masyarakat saat itu meskipun terkadang cerita dalam sandiwara tersebut berbeda dengan realitas masyarakat yang ada. Dalam bukunya *a Radio Production*, Robert McLeish mengatakan bahwa penulis naskah dalam sandiwara radio haruslah sensitif dan peka terhadap apa reaksi penonton atas apa yang disajikan saat cerita diperdengarkan.

Sandiwara radio perlu mengindahkan keterbatasan sifat radio dalam mendeskripsikan ukuran, realitas, tempat, emosi serta waktu. Sangat berbeda dengan apabila kita menyaksikan sebuah program televisi dimana segala sesuatunya bisa digambarkan secara visual. Beberapa hal yang patut diperhatikan dan menjadi sebuah acuan dalam membuat program sandiwara radio menurut McLeish, yaitu:

a. Menyesuaikan ke dalam format Radio (adapting for radio)

Cerita sebuah sandiwara radio yang diadaptasi dari novel atau cerita masyarakat yang bukanlah sebuah hal baru. Di Indonesia, beberapa judul sandiwara radio yang sudah menjadi legenda banyak diantaranya yang mengadaptasi dari novel atau cerita masyarakat yang sedang berkembang.

Menurut McLeish, menulis ulang sebuah cerita ke dalam format radio adalah sebuah tantangan tersendiri, tetap pada koridor jalan cerita yang asli sehingga tidak membuat kecewa pendengar yang sudah hafal dan mencintai novel namun mengubahnya ke dalam sebuah media yang berbeda. McLeish menambahkan bahwa permasalahan utama bukanlah bagaimana cerita ini nantinya akan sama persis dalam kata maupun dialog akan tetapi bagaimana nantinya cerita dalam sandiwara radio yang diadaptasi ini tetap terjaga gayanya.

b. Ide

Dalam membuat sebuah cerita sandiwara radio yang harus dipikirkan sebelum semuanya ditulis ke dalam sebuah naskah adalah bagaimana Plot dan Format cerita yang nanti akan disampaikan. Apakah akan menggunakan narasi untuk mengawali cerita atau bersifat

langsung masuk dalam dialog, apa yang menjadi tema besar dalam cerita tersebut, dll.

Selain plot dan format yang akan disampaikan, dalam buku *a Radio Production* menjelaskan bahwa membuat sandiwara radio harus juga memikirkan tentang apa yang ingin dicakup dalam cerita, apakah ingin membuat pendengar tertawa, memberi komentar, hanya menjelaskan situasi yang kontemporer, atau menghibur pendengar. Oleh karena itu, dalam mengeksekusi ide sebuah sandiwara radio ada 3 hal yang harus diperhatikan, yaitu: Cerita, *Setting*, dan Karakter agar menjadi kesatuan dalam menyampaikan pesan.

c. Konstruksi Cerita

Ada sebuah format yang umumnya digunakan dalam membangun cerita dalam sebuah sandiwara radio, format ini bukan sebuah format mutlak dalam artian bisa bermacam format yang akan disampaikan dalam membuat cerita.

- a. Menjelaskan situasi
- b. Mengenalkan masalah (konflik)
- c. Mengembangkan sebuah aksi atau tindakan
- d. Menyelesaikan masalah

Dalam membangun sebuah cerita sandiwara radio yang baik, 4 langkah di atas adalah yang ideal dan sering digunakan oleh beberapa program sandiwara radio. Pendengar digiring ke dalam situasi konflik dan rasa penasaran tentang apa sebenarnya *ending* cerita yang ingin disampaikan.

d. *Setting*

Setting atau latar adalah bagian penting yang akan menguatkan cerita. *Setting* bukanlah satu hal yang bisa diabaikan begitu saja mengingat dalam sebuah sandiwara radio *setting* kerap menjadi sesuatu yang menguatkan sebuah kejadian atau peristiwa dimana segala sesuatunya akan dimulai dari sebuah tempat. Sebuah cerita dalam sandiwara radio terutama yang bersifat komedi situasi (*site comedy*) akan terasa lebih kuat apabila diceritakan pada sebuah *setting* misal kantor, rumah, maupun stasiun radio itu sendiri.

Salah satu keistimewaan yang dimiliki radio adalah sifatnya yang tidak terbatas dalam menggambarkan sebuah latar, pembuat sandiwara ini tentu bisa dengan bebas menceritakan sesuatu di sebuah tempat yang bahkan mungkin tidak terjangkau (oleh biasanya biaya yang terbatas) misal luar angkasa, bangunan mewah, air terjun Niagara, atau bahkan Piramida di Mesir. *Setting*, ditambahkan dengan satu atau dua

karakter utama akan menjadi kunci dalam membuat serial menjadi lebih menarik. Merubah setting adalah hal yang cukup menarik apalagi jika variasi dalam setting tersebut memiliki kontras atau berseberangan dengan apa yang biasa ditempati dalam sebuah sandiwara radio.

e. Karakter

Bart Cavigan, seorang penasehat dari Inggris yang terkenal dalam bidang ini mengatakan bahwa ada 3 hal utama yang harus menjadi pertanyaan dalam memaksakan sebuah cerita, yaitu:

1. Siapa pahlawan atau musuh dalam cerita ini/
2. Apa yang ia mau?
3. Kenapa pendengar harus peduli akan hal ini

Pertanyaan terakhir menekankan apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh dalam hal ini kita bisa mengatakan seorang karakter utama dalam mengembangkan nilai yang akan disampaikan oleh para pendengar. Pertanyaan di atas juga secara tidak langsung menuntut untuk menjelaskan lebih dari apa yang akan terlihat, pendengar harus mendapatkan suatu alasan kuat kenapa pendengar harus peduli terhadap tokoh utama atau peduli terhadap cerita yang ada dalam sandiwara radio tersebut. Dengan begitu pendengar secara tidak langsung akan ikut

terlibat dan otomatis menjadi salah seorang pendengar setia dengan memelihara rasa “penasaran” yang disampaikan oleh pembuat dari episode ke episode.

Ciri khas pada setiap karakter juga menguatkan pendengar dalam menangkap siapa yang berbicara pada saat itu, dari logat atau bagaimana cara dia berbicara. Batasan dalam radio lah yang menjadikan sebuah karakter ini harus dibuat lebih kuat daripada membentuk sebuah karakter di televisi yang sifatnya visual, bagi beberapa penulis untuk menciptakan ciri khas karakter pada sebuah sandiwara radio ada beberapa hal yang menjadi acuan, yaitu:

- Usia, jenis kelamin, asal dan bagaimana cara ia berbicara
- Tinggi badan, berat badan, warna kulit dan perawakannya
- Status sosial, agama
- Kekayaan
- Keluarga, teman, bahkan musuh
- Bagaimana ia memandang sebuah hal, cara ia bercanda
- *Mood*, orientasi, dan hal yang tidak disukai

Setiap karakter pasti memiliki sebuah kelemahan, layaknya manusia biasa. Mereka akan terjebak dan jatuh dalam sebuah krisis dimana sebuah nilai-nilai dan tingkah laku mereka mengalami sebuah pertentangan. Hal itulah yang menjadi benang merah dan akan selalu menjadi sesuatu yang menarik ketika dalam setiap cerita seorang tokoh terjebak atau jatuh dalam suatu hal akibat tingkah lakunya.

f. Dialog

Kembali kita harus membahas sifat radio yang terbatas jika kita ingin menjelaskan sesuatu, radio yang tidak bersifat *visual* memaksa seorang penulis naskah harus membuat dialog yang secara tidak langsung menjelaskan sesuatu yang saat itu ia ingin gambarkan. Menggambarkan adegan ia sedang memegang pistol atau menunjukkan sesuatu yang indah tidak semudah apabila kita menyaksikan sebuah tayangan televisi atau film di bioskop. Seorang penulis naskah radio harus mengubah semua itu ke dalam sebuah dialog, agar terdengar lebih ramah di telinga para pendengar seorang penulis naskah juga diharuskan peka terhadap dialog yang digunakan seseorang sesuai dengan karakter yang telah dibentuk. Observasi menjadi kunci utama seorang penulis naskah dalam membuat sebuah dialog agar terdengar lebih nyata di telinga para pendengar.

Dalam beberapa kasus, menggunakan narator sebagai sebuah ‘jembatan’ untuk memasuki cerita cukup efektif apabila dalam keadaan yang tidak memungkinkan untuk menjelaskan sebuah kondisi sekalipun merangkumnya menjadi sebuah dialog.

g. Aktor

Banyak faktor yang membuat akhirnya produser memilih salah seorang atau 2 aktor yang akan mengisi suara untuk masing-masing karakter. Tentu dalam setiap apapun produser menginginkan hasil terbaik dengan menggunakan para aktor yang memang sudah berpengalaman di bidang ini, namun ada beberapa hal yang membuatnya menjadi tidak mungkin contohnya suara yang terlalu mirip sehingga mengakibatkan penonton susah mengidentifikasi mana karakter 1 & karakter 2, keterbatasan ruang dalam radio yang tidak memungkinkan untuk mengumpulkan beberapa aktor yang bagus dalam satu waktu, dan masalah keterbatasan biaya.

Disamping itu, para aktor harus memahami cerita yang ada dalam naskah serta pendengar akan lebih nyaman mendengarkan sebuah adegan ketika adegan tersebut tidak terkesan terpaku pada naskah agar lebih terkesan natural dan tidak dibuat-buat. Pendengar akan lebih nyaman bila suatu dialog dilakukan tanpa ada jeda, sekalipun misalnya

ada interupsi yang dilakukan aktor 1 ke aktor 2 dalam dialog itu, penulis naskah juga sebaiknya menuliskan dengan detail bagian mana yang harus ada jeda untuk mengambil nafas dan bagian mana yang tidak boleh ada jeda, misal:

- Aktor 1: “Ini tidak mungkin bisa dilanjutkan, biaya dalam penelitian ini mencapai 10 juta”
- Aktor 2: “Tapi proyek ini harus tetap dilanjutkan, untuk apa kita.....”
- Aktor 1: INTERUPSI “Tidak! Proyek ini tidak bisa dilanjutkan.”

Memberi jeda interupsi akan menambah efek dramatisasi pada cerita sekaligus memudahkan aktor untuk memberi kesan natural dan tidak terkesan seperti membaca suatu naskah.

h. Radio sebagai cerita

Dalam bab ini, Robert McLeish menuliskan tentang aturan atau satu formula untuk bagaimana sebuah kisah akan kemudian disesuaikan dengan format radio atau bahasa mudahnya adalah mengkonversi cerita ke dalam radio agar tersampaikan dengan mudah ke telinga pendengar.

Mulailah segala sesuatu dari hal yang sangat dekat dengan kehidupan kita, satu tema yang akan menarik perhatian pendengar untuk mendengarkan apa yang akan disampaikan melalui cerita sandiwara radio tersebut.

Agar lebih terasa dekat di telinga pendengar, sebuah tim produksi sandiwara radio perlu untuk bereksplorasi terhadap ide yang sekiranya akan dibutuhkan untuk tema yang dekat dengan apa yang ingin dalam cerita sandiwara radio sampaikan. Penting untuk menjadi catatan bahwa semakin dekat terhadap satu tema maka akan semakin menarik untuk pendengar dalam mengikuti jalan cerita.

“Pick a topic which will trigger strong memories, memories that will evoke feelings and images. Make it a topic that would have grabbed your attention when you experienced it..” (McLeish, 251:2005)

Buatlah satu topik yang sekiranya akan menarik dan menjadi pelatuk bagi para pendengar untuk kembali membangunkan memorinya tentang sesuatu. Pendengar akan semakin tertarik ketika memori atau kenangan akan sesuatu dekat dengan dirinya, kenangan mengenai apa saja yang terjadi saat duduk di bangku SMA misalnya, atau kenangan bagaimana seseorang mengalami cinta pada pandangan pertama.

Dalam menarik kembali kenangan lama akan sebuah hal, tim produksi mulailah dengan satu topik utama, kemudian dari satu topik itu bisa dibedah hingga beberapa hal yang sekiranya akan mengingatkan pendengar tentang sebuah kenangan yang kaitannya dekat dengan topik utama misal apa yang biasa kita lakukan, apa yang biasa kita rasakan, apa yang mengejutkan, dan segala sesuatu yang bisa membuatmu sedih ataupun senang.

McLeish menambahkan apa yang menjadi menarik ketika sebuah cerita sehari-hari yang berlatar kehidupan dan segala aktifitas kita sehari-hari, adalah apabila ada dramatisasi yang dimainkan di dalam cerita itu.

Di dalam buku *a Radio Production* yang ditulis Robert McLeish mengatakan bahwa setelah kita mendapatkan beberapa hal yang sekiranya dapat mengembalikan lagi kenangan kita akan satu hal, buatlah sebuah runtutan cerita dari beberapa hal yang sudah dibedah dari topik utama yang ingin disampaikan. Dari beberapa hal tadi, tim produksi sudah harus bisa untuk mengira apa yang bisa ditarik lewat garis besar dan beberapa rincian beberapa hal yang sudah dibedah dari topik utama untuk kemudian mengembangkannya menjadi sebuah sajian drama. (McLeish:251-256, 2005)

i. Akustik

Dalam bahasa mudahnya, akustik yang dimaksud Robert McLeish adalah kepekaan produser dalam menentukan posisi microphone dalam proses rekaman agar pendengar bisa menangkap dimana kejadian ini berlangsung. Mudahnya seperti itu, jika ditarik ke ranah yang lebih luas akustik adalah “gaung” suasana yang terjadi saat proses rekaman untuk menghindari noise yang masuk ke dalam microphone.

Robert McLeish menuliskan bahwa ada 4 dasar akustik yang harus diperhatikan dalam membuat sandiwara radio, yaitu:

- Tanpa gaung (no reverberation)

Biasanya digunakan saat berada di luar ruangan.

- Sedikit gaung namun digunakan dalam durasi panjang

Digunakan dalam perpustakaan atau ruangan seperti kamar.

- Banyak gaung namun dalam durasi pendek

Digunakan untuk menunjukkan suara dalam telepon atau kamar mandi

- Banyak gaung dalam durasi panjang

Menunjukkan di dalam sebuah goa atau gedung pertunjukkan. (McLeish, 2005:257)

Keempat dasar untuk menunjukkan kegunaan akustik dalam membentuk imajinasi dan memudahkan pendengar dalam menangkap dimana kejadian dalam cerita tersebut berlangsung. Biasanya agar lebih memudahkannya, tim produksi menggunakan peredam suara agar suara dari luar tidak masuk ke dalam *microphone* saat proses rekaman dan hasil suara akan lebih jernih tanpa *noise*.

Penggunaan *clip-mic* juga bisa mengakali untuk memudahkan dalam menangkap suasana secara *live*, dan juga memudahkan pergerakan aktor.

j. Sound Effects

Kehadiran *sound effects* dalam sebuah sandiwara radio adalah penting, bagaimana nanti pendengar akan menangkap dimana kejadian itu berada, kapan terjadinya, dan beberapa elemen lain dalam *sound effects*. Suara binatang yang identik dengan malam seperti jangkrik, bunyi aliran sungai, ayam berkokok, dan suasana jalan raya adalah contoh beberapa *sound effect* yang menguatkan jalan cerita dan menjelaskan kapan dan dimana kejadian dalam cerita itu berlangsung.

Untuk mendukung imajinasi penonton dalam membayangkan sebuah suasana yang terjadi saat kejadian berlangsung, *sound effect* yang digunakan pun bisa dilakukan secara langsung (tanpa bantuan *software*) misal bunyi menyalakan korek api, bunyi ketika minum, atau yang lainnya yang sifatnya bisa dilakukan secara bersamaan saat proses *recording*.

k. Musik

Fungsi musik pada drama radio adalah menambahkan efek dramatis yang ingin dicapai. Sedikit berbeda dengan *sound effect*, musik lebih berfungsi kepada tangga dramatik agar penonton dapat masuk ke dalam jiwa aktor atau para pemain yang ada, contoh memberi musik dengan alunan yang menegangkan agar penonton dapat merasakan ketegangan yang ada dalam cerita atau memasukkan salah satu lagu cinta untuk memberi kesan romantis pada pendengar. (McLeish, 2004: 142)

l. Teknik Produksi

Setiap produser program sandiwara radio umumnya menggunakan metode pendekatan yang berbeda dalam hal pendekatan terhadap aktor. Seperti bagaimana ia memberi *treatment* dan menjelaskan naskah kepada anak kecil, orang dewasa, maupun aktor profesional. McLeish menambahkan dalam bukunya beberapa langkah yang menjadi acuan

dalam pendekatan teknik produksi program sandiwara radio, antara lain:

- i. Produser bekerja sama dengan penulis naskah untuk melakukan *re-writing* guna menyesuaikan ketersediaan waktu.
- ii. Melakukan *casting*, tawarkan sebuah kontrak untuk dapat “mengikat” dengan beberapa kesepakatan untuk menyesuaikan waktu rekaman
- iii. Produser dan tim *audio* mengumpulkan beberapa sound effect, menyusun semua fasilitas teknis atau yang apapun yang dibutuhkan guna membuat sebuah suasana dan memilih musik.
- iv. Para *cast* berkumpul untuk melakukan *reading*
- v. Dalam studio, *scenes* dilatih dalam sebuah mic, dengan arahan dari produser dengan fokus pada *pause*, perubahan intonasi, dan pergerakan.
- vi. Sebagaimana setiap *scene* membutuhkan sesuatu agar bisa terdengar sempurna, maka pemolesan dalam setiap lini yang dirasa kurang adalah sebuah keharusan.
- vii. Mengambil rekaman terbaik dalam beberapa kali “*take*” yang nantinya disesuaikan dengan durasi final.

viii. Program diletakkan dalam sistem transmisi dan sisa pekerjaan penulisan telah selesai.

Sebenarnya banyak sekali cara dan treatment dalam teknik produksi sandiwara radio. Beberapa alternatif yang dapat dilakukan adalah:

- a) Lakukan di luar studio, beberapa alternatif untuk mengambil suara dengan sebuah alat perekam *portable* untuk misalnya mengambil suasana riuh kota atau derik rel kereta api.
- b) Tidak harus terpatok pada hal-hal yang sifatnya konvensional dalam sebuah sandiwara radio.
- c) Dialog sendiri bisa menjadi sederhana dan kuat jika terdapat penjelasan sebuah hal, misal hubungan antara anak dan bapak atau 2 petani yang sedang berargumen tentang teknik bercocok tanam terbaru, beri mereka (para *cast*) benang merah dan serahkan sisanya kepada mereka.
- d) Penggunaan monolog, terdengar seperti sesuatu yang bodoh akan tetapi penulis seperti Alan Bennet menggunakan metode “*Talking Head*” untuk memasukkan satu karakter untuk merangkum semua kisah atau istilahnya mengurai benang yang kusut untuk memberi sebuah motivasi dan hikmah yang dapat diambil dari cerita yang sudah disampaikan.

F. Metode Penelitian

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif, dengan jenis penelitian deskriptif. Seperti yang dijelaskan Nawawi bahwa pengertian deskriptif adalah prosedur pemecahan masalah dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subyek atau obyek penelitian berdasarkan fakta yang nampak atau sebagaimana adanya. (Nawawi, 1990:63)

b. Lokasi

Penelitian ini akan mengambil lokasi di kantor Geronimo FM yang terletak di Jalan Bung Tarjo (Gayam) No.24 Baciro, Gondokusuman, Yogyakarta.

c. Teknik Pengumpulan Data

Data yang akan diperoleh diambil dari hasil wawancara dan literatur, Wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh 2 pihak yakni pewawancara atau dalam istilah asing disebut Interviewer dengan Narasumber yang akan memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan (Moeloeng, 2005:135), di sini peneliti akan mendapatkan data dari tim produksi program Kos-kosan Gayam Geronimo FM. Serta penulis akan mengikuti dan mengamati secara langsung proses produksi berikut *take vocal*

(proses pengambilan suara) yang dilakukan oleh tim produksi program Kos-kosan Gayam di Geronimo FM.

d. Informan

Informan dipilih berdasarkan beberapa kriteria, yaitu karyawan atau termasuk dalam struktur organisasi kepengurusan Geronimo FM dan merupakan tim produksi Kos-kosan Gayam.

Penulis memilih Awang Adjiewasita yang merupakan Music Director Geronimo FM serta tercatat sebagai produser, penulis naskah, aktor, sekaligus editor program sandiwara radio Kos-kosan Gayam.

e. Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif. Analisis data kualitatif adalah analisis data yang didapat dari teks, tulisan, ungkapan, atau simbol-simbol yang menjelaskan tentang khalayak, tindakan, atau fenomena di dalam kehidupan masyarakat (Neuman, 2000:147)

Analisis data akan diambil berdasarkan hasil wawancara yang akan dilakukan oleh penulis, kemudian dilanjutkan dengan pemaparan Sajian Data dan akan dijabarkan lebih lanjut dalam bab Pembahasan agar mendapatkan hasil untuk mendapatkan kesimpulan penelitian.