

DRAMATURGI PENYIAR RADIO

Hastika Yanti Nora

(kaneea_pink@yahoo.co.id)

Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Semarang

Abstract

Dramaturgy is the work of Erving Goffman. He wrote "Presentation of Self in Everyday Life" in 1959. Following the theatrical analogy, Goffman spoke of a front stage and back stage. The front stage is that part of the performance that generally functions in rather fixed and general ways to define the situation for those who observed the performance. The back stage is situation where facts suppressed in the front or various kinds of informal actions may appear. A back stage is usually adjacent to the front stage, but it also cut off from it. Everyone in this world have to run his role in their everyday life. It also a radio announcer. As an actor, they have to be a nice and friendly person when they perform to make air personality, that is a good impression, from their audience. But before their perform in the front stage, there so much to do to prepare in the backstage. The front and back stage is radio announcer dramaturgy.

Keywords: air personality, dramaturgi, theatre of mind

Pendahuluan

Sebagai media massa yang mengandalkan suara, radio mempunyai fungsi hiburan yang menawarkan imajinasi dan visualisasi berbeda di kepala setiap khalayaknya. Hal penting yang pertama kali perlu diketahui adalah kenyataan yang menunjukkan bahwa radio pada mulanya merupakan teknologi yang mencari kegunaan, bukannya yang lahir sebagai respons terhadap suatu kebutuhan pelayanan baru (McQuail:1987:16). Sejak awal pemunculannya, radio telah menjadi media komunikasi massa yang kuat. Radio disebut sebagai media dengan daya penetrasi atau daya tembus yang tinggi karena difungsikan sebagai latar belakang. Sambil mendengarkan radio, orang dapat melakukan aneka pekerjaan seperti belanja, memasak, mengemudi kendaraan, belajar, mandi, mengetik, dan mengantarkan tidur orang yang mendengarkannya. Radio lebih hangat dalam melibatkan imajinasi khalayak, dibandingkan dengan media lainnya, seperti misalnya televisi yang

visualisasinya sudah jelas terlihat (Prastuti, Santi Indra, 2008:29). Menurut Santi, ada beberapa kekuatan radio yakni dapat membidik khalayak yang spesifik, bersifat *mobile*, memiliki daya tembus yang tinggi, fleksibel, pengoperasiaannya, pengelolaan serta isinya sederhana.

Namun selain kekuatan yang dimilikinya, menurut Meeske radio juga mempunyai beberapa kelemahan (Prastuti, Santi Indra, 2008:). Yakni radio hanya mengandalkan bunyi, sekilas dan tidak dapat diulang serta rentan gangguan karena hanya melibatkan telinga. Meskipun radio mempunyai beberapa kelemahan, namun perkembangan dunia radio yang semakin cepat dan menjanjikan membuat banyak pemodal yang ingin terjun dalam bisnis ini dan menawarkan berbagai program acara yang menarik. Setiap program acara memiliki khalayak yang setia. Mereka sengaja meluangkan waktu untuk mendengarkan acara yang mereka suka karena alasan-alasan tertentu. Beberapa alasan tersebut

diantaranya acara dan suara penyiarnya menarik, musiknya bagus serta frekuensi jernih.

Dari beberapa alasan di atas, kita tahu bahwa penyiar menjadi salah satu tulang punggung keberhasilan suatu program acara di radio. Masing-masing khalayak mempunyai penyiar favorit dan loyal terhadap mereka. Pendengar radio pada umumnya menyukai penyiar yang mampu mendekatkan diri dengan pendengarnya dan dapat berperan sebagai sahabat. *Air personality* menjadi modal utama seorang penyiar. Mereka dituntut untuk menampilkan keunikan, orisinalitas, sekaligus menawarkan persahabatan dan ketulusan. Mereka harus mampu membuat pendengar nyaman dan terhibur. *Air personality* tidak hanya dibangun oleh suara yang bagus, tetapi juga pada faktor mental dan kecerdasan penyiar itu sendiri (Prastuti, Santi Indra, 2008:44).

Tuntutan agar mampu berperan sebagai seorang pribadi yang ramah dan bersahabat tersebut membuat penyampaian pesan lewat setiap kata yang terucap membutuhkan suatu perencanaan dan penataan yang terjaga setiap kali mengudara. Aktor dan penyiar radio memainkan perannya di *scene* radio setiap kali ia bersiaran. Intonasi, artikulasi, gaya bersiaran, aksentuasi dan kecepatan bicara dikemas dengan baik. Dari paparan diatas terlihat bahwa semua tuntutan tersebut membentuk suatu kepribadian yang unik saat mengudara yang kemungkinan sangat berbeda dengan kala melakoni perannya di *scene* dunia nyata atau kesehariannya. Dengan berjalannya waktu, peran dari setiap *scene* ke *scene* dapat dilalui dengan baik dan natural oleh penyiar. Hal ini sesuai dengan ungkapan bahwa hidup adalah sebuah panggung sandiwara, di mana setiap bagiannya harus dilakoni dengan

peran yang berbeda sesuai situasi dan kondisi. Oleh karenanya dalam dunia radio *air personality* merupakan dramaturgi penyiar radio.

Dramaturgi

Pandangan bahwa kehidupan bagaikan panggung sandiwara sebenarnya merupakan metafor lama yang dewasa ini dihidupkan kembali oleh kajian psikologi sosial sebagai alat untuk menganalisis perilaku. Walaupun istilah dramaturgi sering diasosiasikan dengan Erving Goffman sebagai penggagasnya, ide-ide dasarnya banyak mengacu pada pemikiran Kenneth Burke. Burke menekankan bahwa perilaku sosial sebaiknya dipahami lewat teori-teori tindakan. Menurut pandangannya, cara paling baik untuk meneropong kehidupan sosial manusia adalah melalui pendekatan drama. Manusia bertindak bagaikan aktor yang memainkan peran tertentu untuk menciptakan kepuasan yang akan diberikan oleh aktor lain kepadanya (Mulyana, Dedy dan Solatun, 2008:185).

Erving Goffman dalam bukunya yang berjudul "*The Presentation of Self in Everyday Life*" memperkenalkan konsep dramaturgi. Menurut Goffman, perilaku orang dalam interaksi sosial selalu melakukan permainan informasi, agar orang lain mempunyai kesan yang baik. Goffman berpendapat bahwa perilaku yang umum ditampilkan oleh individu merupakan perilaku yang telah diatur oleh kehidupan sosial. Jadi dalam kehidupan ini, terdapat aturan-aturan perilaku yang secara implisit mengatur perilaku dalam masyarakat dan beberapa area kelompok. Aturan ini juga memiliki kemampuan untuk menjatuhkan sanksi bagi mereka yang tidak mengindahkannya (Kuswarno, Engkus, 2008:24).

Konsep *self* yang dikenalkan

Goffman pada tahun 1959 berhitung banyak pada ide Mead dimana Aku (I) yang spontan adalah subjek. Sementara Ku (Me) merupakan hambatan sosial dalam *self*. Untuk menjaga citara diri secara stabil, orang-orang tampil dalam khalayak sosialnya. *Self* bukan milik aktor dan bukan yang dimiliki, tetapi merupakan hasil interaksi antara aktor dan khalayak. Diri adalah suatu bentuk kemunculan dramatis dari suatu pentas atau panggung yang dihadirkan. Ketika individu berinteraksi, mereka ingin menampilkan kesadaran diri tertentu yang ingin diterima oleh orang lain. Sehingga muncul *impression management* (manajemen kesan) atau disebut manajemen pura-pura. Aktor melibatkan teknik tertentu untuk menciptakan kesan tertentu yang ingin dicapainya (Ritzer, George, 1996:214).

Hal tersebut juga terjadi di dalam dunia radio. Kekuatan radio bertumpu pada suara. Selain musik dan spesial *effect*, suara penyiar menjadi kekuatan yang mendukung suksesnya program acara. Oleh karena itu penyiar radio menggunakan teknik pernafasan, pelafalan, intonasi, kecepatan bicara dan gaya yang berbeda ketika siaran untuk menciptakan kesan tertentu di telinga pendengar. Kesan yang ramah dan bersahabat adalah suatu keharusan yang dimiliki penyiar. Bila suara seorang penyiar tidak ramah, maka dia akan dijauhi oleh pendengarnya. Oleh karena itu *mood* seorang penyiar harus selalu terjaga selama proses siaran berlangsung.

Panggung Belakang Penyiar Radio

Keberhasilan suatu program acara butuh persiapan yang matang. Panggung belakang adalah tempat persiapan seorang penyiar dalam mempersiapkan segala sesuatunya sebelum dia memasuki panggung depan (ruang siaran). Banyak komponen yang

saling terkait baik di panggung belakang maupun depan selain penyiar itu sendiri. Materi siaran, *rundown* acara, alat siaran dan yang lebih penting adalah mood penyiar.

Di panggung belakang yang suasananya tidak diketahui pendengar tersebut, seorang *program director* membuat sebuah program yang layak. Sedangkan *script writer* menyusun naskah siar dan naskah iklan yang dibaca (*adlips*). *Music director* mempersiapkan musik-musik sesuai program acara dalam sebuah *play list* yang siap putar di komputer. Bagian produksi menyiapkan iklan, radio ekspose maupun rekaman acara bila acara tersebut tidak diudarakan secara live. Teknisi memastikan perlengkapan teknis dalam keadaan siap digunakan. Reporter mencari berita untuk diudarakan dalam program acara berita.

Penyiar radio juga menyiapkan diri di panggung belakang. Sebelum siaran dia harus memeriksa semua persiapan yang telah dilakukan oleh tim siarnya. Naskah siaran, jadwal iklan, telpon, komputer, *headphone* dan perlengkapan siar lainnya apakah sudah siap *on air* atau tidak. Dari segi non-teknis penyiar juga harus membangun suasana hati yang "siap *on air*" untuk menjaga *air personality*. Saat penyiar dalam kondisi *mood* yang belum siap banyak hal harus dilakukan untuk membangun suasana hati yang ceria. Membaca majalah, menonton televisi atau berbicara dengan *partner* siaran (jika siaran berpasangan) untuk membangun dan menjaga suasana hati. Beban siaran berpasangan sebenarnya lebih berat karena dua orang yang berbeda harus bekerja sama untuk mensukseskan program acara. Oleh karenanya saling berbicara sebelum siaran menjadi hal yang sangat penting agar komunikasi diantara keduanya lancar dan harmonis.

Panggung Depan Penyiar Radio

Berbeda dengan panggung belakang yang merupakan wilayah pribadi yang tidak diketahui pendengar, panggung depan adalah wilayah publik di mana semua orang mengetahuinya. Di panggung depan inilah pertunjukan yang sesungguhnya terjadi. Penampilan aktor atau dalam hal ini penyiar merupakan hasil persiapan banyak komponen di panggung belakang. Di area inilah seorang penyiar memainkan perannya sebagai aktor utama dalam pertunjukan yang sudah melalui persiapan matang sebelumnya.

Dengan didukung segala persiapan di panggung belakang, penyiar membawa pendengarnya membentuk suatu *theatre of mind* yang diimplementasikan secara berbeda di telinga dan kepala khalayaknya. Suara yang ramah dan bersahabat, suara yang manja dan menggoda, suara yang lembut dan menenangkan atau bahkan suara yang lucu dan menggemaskan mampu membangun imajinasi pendengarnya. Bayangan seorang penyiar yang cantik atau tampan ada di kepala mereka. Namun mereka tidak mengetahui kondisi yang sebenarnya. Bisa jadi imajinasi yang indah tersebut tidak sesuai dengan kenyataan.

Pendengar tidak mau tahu apa yang tengah terjadi atau yang sedang dirasakan oleh penyiar. Tidak peduli sang penyiar sedang dalam kondisi yang tidak sehat atau mungkin sedang mengalami masalah pribadi yang pelik. Pendengar hanya ingin terhibur oleh penyiar yang memainkan perannya di panggung depan. Segala kesalahan selama mengudara tidak dapat ditolerir oleh pendengar. Bila ternyata sang penyiar tidak memainkan perannya dengan baik, maka dengan mudahnya, pendengar akan mengganti *channel* dan pindah ke stasiun radio lain yang menawarkan pertunjukan panggung

depan lebih menarik sesuai dengan keinginan mereka.

Penutup

Setiap manusia, apapun profesinya, menjalani perannya masing-masing setiap hari dari satu panggung ke panggung yang lain. Demikian juga dengan penyiar radio. Dibutuhkan suatu persiapan yang matang di panggung belakang sebelum akhirnya memainkan perannya di panggung depan. Sementara saat di panggung depan, totalitas yang tinggi menjadi syarat agar *air personality* selalu terjaga. Hidup adalah panggung sandiwara. Itulah dramaturgi penyiar radio.

Daftar Pustaka

- Astuti, Santi Indra. 2008. *Jurnalisme Radio, Teori dan Praktik*. Bandung. Simbiosis Reka Pratama.
- Kuswarno, Engkus. 2008. *Metode Penelitian Komunikasi, Etnografi Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung. Widya Padjajaran.
- McQuail, Dennis. 1987. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Kedua*. Jakarta. Erlangga.
- Mulyana, Deddy dan Solatun. 2008. *Metode Penelitian Komunikasi Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Praktis*. Bandung. Remaja Rosda Karya.
- Ritzer, George. 1996. *Modern Sociological Theory Fourth Edition*. Singapura. The McGraw-Hill Company.