



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

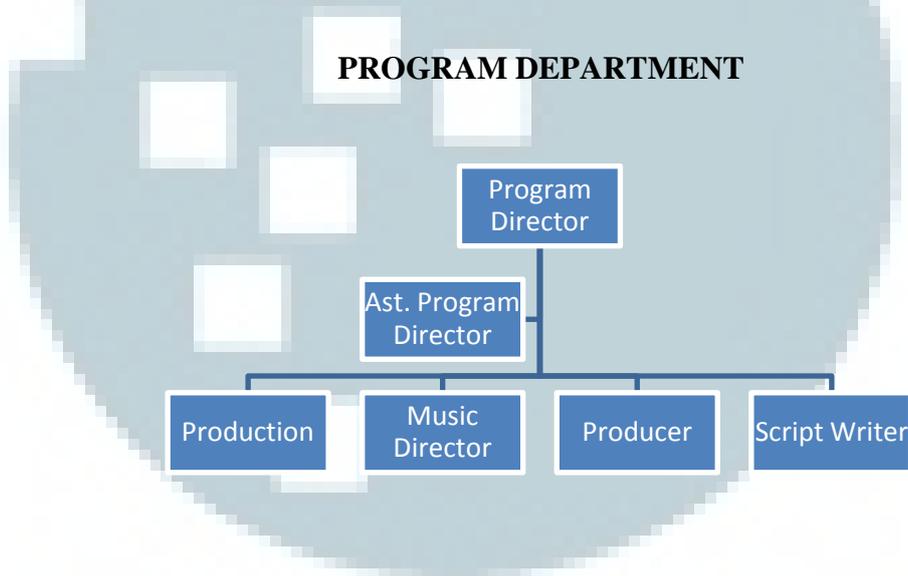
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Saat melakukan kerja magang, penulis berkedudukan sebagai *script writer* serta produser, namun untuk produser hanya sesekali jika ada *talk show* dengan artis. *Script writer* dan produser berada di bawah koordinasi dari divisi program dan dipimpin oleh seorang *program director*.



3.2 Tugas yang Dilakukan

Sebagai seorang *script writer*, tugas-tugas utama yang dilakukan oleh *script writer* adalah membuat naskah, seperti membuat naskah untuk *adlips*, *spot*, *insert*, *content*, materi *talkshow*, dll.

Untuk naskah *spot* atau iklan, menurut Robert L. Hilliard, biasanya terbagi menjadi 2 kategori, yaitu promo dan PSA⁵. Promo dalam radio biasanya disebut dengan *radio expose*, yaitu mengiklankan hal-hal yang berkaitan dengan radio itu sendiri, seperti program acara *daily* dan *weekly*, atau acara-acara di luar program *daily* dan *weekly* seperti iklan cari penyiar.

⁵ Hilliard, Robert. Writing for Television, Radio and New Media Ninth Edition. Boston : Thomson Wadsworth. 2008. Hlm 71

Adlips adalah bentuk iklan yang diucapkan/dibacakan langsung oleh penyiar di salah satu program radio.

Bekerja di media, di radio terutama dan bekerja di divisi program, jenis pekerjaan setiap minggunya selalu berbeda. Bisa saja dalam minggu ini tidak ada pekerjaan, sedangkan minggu depan banyak sekali pekerjaan yang harus diselesaikan. Karena, banyak tidaknya pekerjaan tergantung pada rapat mingguan redaksi juga *spot* iklan. Biasanya pengiklan tidak memberikan iklan yang siap tayang, melainkan menggunakan jasa radio untuk membuat iklannya.

Tabel 3.1

Minggu Ke-	Jenis Pekerjaan
I	Membuat naskah bukti siar Membuat naskah PSA Membuat naskah program <i>chart</i> mingguan Membuat naskah <i>adlips</i> <i>Take vocal</i> untuk <i>insertion</i> “Today’s History” selama bulan Agustus
II	Membuat naskah program <i>chart</i> mingguan <i>Take vocal</i> untuk <i>bumper in/out</i> program “Star Classic Hits” <i>Take vocal</i> untuk iklan
III	Membuat naskah <i>Radio Expose</i> “Cari Penyiar” <i>Take vocal</i> untuk RE <i>Take vocal</i> untuk <i>smash</i> “Lebaran” Membuat naskah program <i>chart</i> mingguan <i>double</i> untuk lebaran sekaligus <i>Take vocal</i> untuk <i>chart</i> “Star Track Edisi 31 dan 32”
IV	Libur Idul Fitri
V	Membuat naskah <i>chart</i> mingguan <i>Take vocal</i> untuk <i>chart</i> “Star Track Edisi 33” Membuat naskah <i>smash</i> “Hari Kemerdekaan RI”

	Membuat naskah <i>insertion</i> “Hari Kemerdekaan RI”
VI	Membuat naskah <i>chart</i> mingguan Membuat bukti siar <i>spot</i> KPU (naskah dan <i>take vocal</i>) Membuat naskah <i>adlips</i> KPU Menjadi produser <i>talk show</i> dengan grup band “Paperplane”
VII	Membuat naskah <i>chart</i> mingguan Membuat naskah <i>adlips</i>
VIII	Membuat naskah <i>chart</i> mingguan
IX	Membuat naskah <i>chart</i> mingguan
X	Membuat naskah <i>chart</i> mingguan

Selain sebagai *script writer*, penulis juga berkesempatan menjadi produser sebuah acara *talk show* dengan grup band baru bernama “Paper Plane” pada tanggal 23 Agustus 2013 di program “Sunset Café” dari jam 19.00 – 20.00 WIB . Seorang produser seperti yang telah dijelaskan di BAB II, tugasnya adalah menyiapkan materi siaran dan mengkonduisikan siaran, agar siaran menjadi lancar dan rapi. Selain itu produser juga harus mengecek alat siaran, *mixer*, *mic*, komputer, dll, sebelum *on air*. Apakah alat siaran berfungsi dengan baik atau tidak, sehingga bisa meminimalisir adanya gangguan dari alat-alat. Selain itu saat acara *talk show*, produser harus *briefing* penyiar dan narasumber, sebelum acara dimulai untuk memastikan acara berjalan lancar dan tidak ada *miss-komunikasi*. Saat *on air*, produser harus selalu melihat *rundown* yang sudah dibuat untuk mengatur durasi, supaya *talk show* bisa berakhir sesuai dengan jam yang telah ditentukan, jangan sampai *molor* karena nantinya akan berurusan dengan keuangan. Selain itu produser juga memantau *flow* siaran, mengontrol bukti siar apakah sudah terekam atau belum. Produser juga bisa sebagai jembatan antara penyiar dengan PD disaat ada hal yang perlu ditanyakan secara mendadak saat *on air*.

3.3 Pembahasan

3.3.1 Yang dilakukan

Seperti yang telah diuraikan di Sub Bab 3.2, tugas utama yang dilakukan oleh seorang *script writer* di Star Radio adalah menulis naskah. Naskah yang dibuat beragam tergantung dari *program director*.

Radio tidak seperti televisi yang terbatas dengan visualnya. Penulis naskah radio diharapkan mampu membangun *theatre of mind* pendengarnya, seperti yang dituliskan Robert L. Hilliard dalam bukunya "*Writing for Television, Radio and New Media*",

*Radio is not limited by what can get presented visually. By combining sound effects, music, dialogue, and even silence, the writer can develop a picture in the audience's mind that is limited only by the listener's imagination. Radio permits the writer complete freedom of time and place. There's no limitation on the setting or on movement. The writer can create unlimited forms of physical action and bypass in twinkling of a musical bridge minutes or centuries of time and galaxies of space.*⁶

Terjemahan :

"Radio tidak terbatas hanya kepada apa yang bisa dipresentasikan secara visual. Dengan mengkombinasikan efek suara, musik, dialog atau bahkan keheningan, sang penulis bisa mengembangkan sebuah visualisasi dalam otak pendengar yang hanya dibatasi oleh imajinasi pendengar. Radio memberikan kebebasan total kepada penulis tentang ruang dan waktu. Tidak ada batasan dalam *setting* atau pergerakan. Penulis bisa menciptakan bentuk aksi fisik yang tidak terbatas dan melewati penggabungan menit-menit jembatan musikal atau berabad-abad waktu dan galaksi luar angkasa."

Demikian pula yang dilakukan penulis. Penulis mampu membentuk imajinasi yang tak terbatas di radio, seperti yang penulis buat pada iklan layanan masyarakat berikut :

⁶ Hilliard, Robert. *Writing for Television, Radio and New Media* Ninth Edition. Boston : Thomson Wadsworth. 2008. Hlm 8-9.

Tabel 3.2

JUDUL : CINTAI PRODUK DALAM NEGERI	
SOUND	SUASANA MALL RAMAI (DINDA SEDANG MENUNGGU TEMANNYA DATANG SAMBIL MENGADUK GELAS)
SOUND	SUARA GELAS DI ADUK (DATANG SEORANG CEWEK BERNAMA ICHA)
ICHA	HEY, DIN! UDAH LAMA NUNGGU?
DINDA	AH, BARU 10 MENIT KOK.
ICHA	HEYY/ TAS BARU?
DINDA	YUPS.
ICHA	KOK KECE SIH/ BELI DIMANA?/ SPORE?//
DINDA	NOPE// GUE BELI DI TAJUR PAS GUE KE BOGOR MINGGU LALU//
ICHA	WAAH KOK AMPIR SAMA KAYA BUATAN LUAR YA? MALAH LEBIH KECE LOH/ LIAT DEH JAITANNYA DIN RAPIH BANGET//
DINDA	IYA DONG/BUATAN INDONESIA GAK KALAH SAMA BUATAN LUAR//
VO	PRODUK BUATAN DALAM NEGERI TIDAK KALAH BERKUALITAS DARI PRODUK LUARNEGERI LOH// YUK/ DUKUNG PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA/ DENGAN MEMBELI PRODUK-PRODUK ASLI BUATAN INDONESIA// CINTAI PRODUK DALAM NEGERI/ CINTAI INDONESIA// PESAN INI DISAMPAIKAN OLEH 107.3 FM STAR RADIO/ PALING SERU//

Penulis mengkombinasikan efek-efek suara seperti suara gelas diaduk dan suasana ramai seperti di mall, sehingga menggambarkan seseorang sedang menunggu. Lalu tas yang *kece*, pendengar bebas memvisualisasikan tas yang *kece* itu seperti apa, apakah bentuknya seperti tas ransel atau tas selempang, apa warnanya, pokoknya tas itu kece alias keren dan menarik.

Dalam dunia penyiaran, bahasa yang digunakan tidak selalu menggunakan bahasa formal. Bahasa yang lebih banyak digunakan

adalah bahasa tutur karena bahasa penyiaran lebih banyak bertutur kepada khalayak. Bahasa tutur harus baik, tapi tidak perlu benar. Bahasa tutur lebih bersifat informal.

Dalam menyusun bahasa tutur, perlu diperhatikan⁷ :

- Struktur kalimat informal.
- Kata yang dipilih sederhana.
- Susunan kalimat ringkas dan sederhana.
- Makna kata dan kalimat mudah dipahami.
- Berpegang pada prinsip *easy listening* yang maknanya enak didengar dan mudah dipahami pada pendengaran pertama.
- Tidak menyajikan isi pesan secara terperinci karena isi pesan hanya didengar sekilas oleh khalayak.

Penulis juga menerapkannya dalam naskah iklan layanan masyarakat berjudul “Cintai Produk dalam Negeri” :

PRODUK BUATAN DALAM NEGERI TIDAK KALAH BERKUALITAS DARI PRODUK LUARNEGERI LOH// YUK/ DUKUNG PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA/ DENGAN MEMBELI PRODUK-PRODUK ASLI BUATAN INDONESIA// CINTAI PRODUK DALAM NEGERI/ CINTAI INDONESIA//

Naskah ditulis terlebih dahulu agar saat siaran tidak ada yang terlupa untuk diucapkan, juga untuk kelancaran produksi. Syarat menulis naskah radio menurut Walter K. Kingsan⁸ adalah :

- a. Kejelasan (*clarity*)
Kata-kata maupun gagasan naskah radio harus jernih dan jelas.
- b. Kelincahan (*vividness*)
Naskah radio harus lincah dan riang untuk memikat pendengar agar tetap tertarik.

⁷ Wahyudi, J.B. Dasar-Dasar Jurnalistik Radio dan Televisi. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti. 1996. Hlm 26.

⁸ Olij, Helena. Reportase Radio : Bahan Ajar di Perguruan Tinggi. Jakarta : Indeks. 2006. Hlm 107-108.

c. Keanekaragaman (*variety*)

Naskah radio beraneka ragam, jika tidak ada variasi maka tidak ada daya tarik bagi pendengar.

Selain kata-kata yang riang, karakter suara dari penyiar ataupun pengisi suara juga akan menentukan kemudian. Meskipun penulis sudah membuat naskah yang jelas, lincah dan beranekaragam seperti naskah untuk smash spesial untuk Hari Kemerdekaan RI.

Tabel 3.3

SPECIAL INDEPENDENCE DAY	
1	AYO/ KOBARKAN SEMANGATMU/ BERSAMA 107.3 FM STAR RADIO PALING SERU//
2	SERUNYA NGERAYAIN KEMERDEKAAN INDONESIA / PALING SERU BARENG 107.3 FM STAR RADIO//
3	SEMANGATMU GAK AKAN HILANG/ KALO KAMU DENERIN/ 107.3 FM STAR RADIO PALING SERU//
4	LENGKAPI / SEMANGAT KEMERDEKAANMU/ BARENG 107.3 FM STAR RADIO PALING SERU//
5	TETEP SEMANGAT DI HARI ULANG TAHUN KEMERDEKAAN INDONESIA/ BARENG 107.3 FM STAR RADIO/ PALING SERU//
6	JANGAN KEMANA-MANA/ HARI ULANG TAHUN KEMERDEKAAN INDONESIA/ PALING SERU CUMA ADA DI 107.3 FM STAR RADIO PALING SERU//

Pada saat penulis melakukan kerja magang, pekerjaan rutin seorang *script writer* adalah membuat naskah untuk program *chart* setiap hari Sabtu dan Minggu yang bernama *Star Hitz 20* dan *Star Track 20*. *Star Hitz 20* adalah program *chart* mingguan untuk lagu-lagu lokal, sedangkan *Star Track 20* untuk lagu-lagu mancanegara.

Chart lagu dibuat oleh PD, lalu naskah untuk dibacakan secara *tapping* dibuat oleh *script writer*, yaitu penulis sendiri. Dalam membuat naskah tersebut, penulis harus mencari informasi-informasi terkini mengenai artis tertentu. Naskah juga harus dibuat sebaik mungkin dengan bahasa yang mudah dipahami untuk pendengar berusia 17-35 tahun.

Biasanya *chart* turun dari PD pada hari Senin sore atau Selasa pagi, naskah dibuat sesegera mungkin, untuk berikutnya di-*tapping* dan

diedit oleh produksi, baru kemudian siap mengudara di hari Sabtu dan Minggu. *Deadline* naskah adalah hari Rabu sore, sehingga hari Kamis bisa segera di-*tapping* dan diedit oleh produksi. Mengisi kekosongan pengisi suara, penulis juga sempat mengisi suara untuk program *Star Track 20* selama 3 pekan berturut-turut, yaitu edisi 31 sampai edisi 33 .

Berikut alur kerja program chart *Star Hitz 20* dan *Star Track 20* :

Tabel 3.4

Hari	Kegiatan
Senin	Chart mingguan turun dari PD, baik <i>Star Hitz</i> maupun <i>Star Track</i>
Selasa	
Rabu	Pembuatan naskah <i>Star Hitz</i>
Kamis	Pembuatan naskah <i>Star Track</i> dan <i>tapping</i> program <i>Star Hitz</i>
Jumat	<i>Tapping</i> program <i>Star Track</i>
Sabtu	<i>Star Hitz</i> on air jam 06-08 am
Minggu	<i>Star Track</i> on air jam 06-08 am

Selain membuat naskah rutin tersebut, penulis juga mendapat tugas untuk membuat naskah bukti siar untuk *spot* iklan layanan masyarakat dari Komisi Pemilihan Umum Kota Tangerang, penulis juga yang mengisi suara untuk *spot* iklan tersebut.

Selama bulan Agustus, PD ingin ada *insertion* mengenai sejarah-sejarah di masa lampau yang terjadi pada tanggal 12 hingga 31 Agustus, sehingga penulis mendapat kesempatan untuk mengisi suara *insertion* tersebut.

Untuk mendukung Hari Kemerdekaan Indonesia, divisi program juga membuat *Public Service Announcement* (PSA) yang bertemakan nasionalisme. PSA atau iklan layanan masyarakat adalah bentuk iklan yang menyajikan pesan-pesan sosial yang bertujuan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah di sekitarnya⁹. Penulis pun membuat 3 naskah PSA yang kemudian dieksekusi dan mengudara selama bulan Agustus.

⁹ http://id.wikipedia.org/wiki/Iklan_layanan_masyarakat di akses pada 1 November 2013 pukul 15:47 WIB

Di bulan Agustus juga penulis membuat naskah untuk *Radio Expose* (RE) bertema “Cari Penyiar” dan naskah yang dibuat penulis diterima dan mengudara hingga akhir Agustus. Selain membuat naskah, penulis juga berperan dalam mengisi suara bersama penyiar lain.

Selain menjadi penulis naskah dan pengisi suara, penulis juga berkesempatan menjadi produser acara *talk show* dengan grup *band* baru bernama “Paper Plane” pada tanggal 23 Agustus 2013 di program *Sunset Café* pada pukul 19.00 – 20.00 WIB.

Alur kerjanya adalah manajer dari grup *band* akan menghubungi pihak radio yang mana ditangani oleh marketing dan PD, kemudian PD dan manajer grup *band* membuat kesepakatan mengenai hari dan hal-hal yang akan disampaikan saat *talkshow* berlangsung. Setelah itu PD akan memanggil produser dan menyiapkan keperluan *talk show*. PD akan mendapatkan resume tentang grup *band* yang akan mengadakan *talk show* dan memberikannya kepada produser, baru kemudian produser memberikannya kepada penyiar yang bertugas. Produser kemudian menyiapkan *run down* dan meminta *acc* dari PD.

Yang dilakukan penulis saat menjadi produser, penulis hanya menerima jadi *rundown* PD kemudian penulis mengaplikasikannya pada acara. Penulis juga memastikan *mic* berfungsi dengan baik supaya saat *on air* berlangsung tidak ada gangguan teknis. Penulis juga mem-*briefing* tamu dan penyiar mengenai *rundown*. Penulis akan bolak-balik ke penyiar dan tamu untuk memberitahukan apa yang dilakukan setelah ini, karena antara penyiar dan tamu berada di ruangan yang terpisah oleh sekat kaca. Penulis juga harus mengingatkan penyiar mengenai *timing* agar tidak molor.

Rundown acara dibuat sebagai berikut :

Tabel 3.4

Jam	Durasi	Acara
19.00 – 19.07	7 menit	Lagu pembuka
19.07 – 19.12	5 menit	Talk (Introduce)
19.12 – 19.16	4 menit	Lagu
19.16 – 19.17	1 menit	Iklan
19.17 – 19.21	4 menit	Lagu
19.21 – 19.22	1 menit	Jingle
19.22 – 19.27	5 menit	Live perform 1 lagu
19.27 – 19.35	8 menit	Talk (Quiz)
19.35 – 19.39	4 menit	Lagu Paper Plane
19.39 – 19.43	4 menit	Lagu
19.43 – 19.45	2 menit	Iklan adlips
19.45– 19.55	10 menit	Talk (Closing + pengumuman quiz)
19.55 – 20.00	5 menit	Live perform 1 lagu
Total	60 menit	

3.3.2 Kendala

Script writer adalah jenis pekerjaan yang gampang-gampang susah. Dikatakan mudah karena pekerjaannya hanyalah menulis, dan susahnyanya adalah ketika tidak ada ide untuk menulis. Jika tidak ada ide, penulis biasanya mencari referensi melalui internet. Ketergantungan akan internet dalam mencari sumber informasi terkadang bisa menjadi kendala serius. Untuk mengakali ketergantungan internet, penulis melakukan *brain-storming* dengan PD, produksi serta penyiar untuk menghasilkan karya yang baik.

Kendala dalam pembentukan ide juga dipengaruhi oleh sistem organisasi yang tidak berjalan baik. PD yang adalah mentor bagi penulis kurang komunikatif bukan hanya terhadap penulis melainkan juga pada penyiar. Penyiar tidak memiliki ruang bebas untuk berekspresi. Pembuatan program acara dilakukan secara sepihak oleh

PD saja. Meskipun PD yang bertanggung jawab, alangkah baiknya jika untuk pembuatan program baru dilakukan rapat yang dihadiri oleh penyiar juga dikarenakan kru divisi program di Star Radio hanya 2 orang, yakni PD dan produksi, agar *brain storming* ide lebih luas dan program acara bisa dijalankan dengan baik oleh penyiar yang bertugas.

Penulis sendiri tidak pernah dilibatkan dalam rapat, sehingga penulis tidak tahu apa yang biasa dibicarakan saat rapat berlangsung, baik dengan penyiar maupun manajemen. Sehingga penulis tidak bisa melakukan inisiatif dalam membuat naskah-naskah, penulis hanya menunggu perintah dari PD. Memang, penulis yang hanyalah anak magang tidak memiliki hak untuk memasuki rapat internal.

PD yang kurang berpengalaman dan kurang memiliki jiwa *leadership* terhadap para krunya terlihat jelas. Penulis mengamati bahwa PD di Star Radio bisa dikatakan cukup otoriter dan kurang demokratis dalam mendengarkan pendapat baik dari kru divisi program maupun penyiar. Bahkan banyak penyiar yang sedikit kritis justru diberhentikan secara halus yakni dengan tidak diberikan jadwal siaran.

Penulis juga mengamati, PD yang kurang berpengalaman berdampak pada banyak pekerjaan yang tidak diselesaikan tepat pada waktunya. PD yang menjabat saat penulis magang adalah *fresh graduate* dari SMA dan harus mengisi posisi PD dan merangkap menjadi MD, produser serta *script writer*. Banyak lagu yang tidak di-*update*, padahal Star Radio katanya memutar *hits* yang banyak diputar di radio-radio lain, tapi nyatanya karena tidak ada MD yang menjabat secara khusus, banyak lagu-lagu *hits* yang telat diputar di Star Radio.

Masih seputar MD, penulis pernah bertemu dengan ketua AMDI (Asosiasi *Music Director* Indonesia) di luar jam magang dan beliau mengatakan, MD memiliki jadwal rutin untuk *sharing* dengan MD lain dari berbagai radio. MD tidak hanya meng-*update* lagu dan menunggu lagu dari *label*. Tapi MD juga banyak melakukan pertemuan dengan *label* untuk membina hubungan baik agar stok lagu terbaru tidak

mandek. Tapi rupanya, di Star Radio tidak ada tradisi seperti itu. Penulis sempat menawarkan diri untuk pekerjaan kosong tersebut karena penulis ingin belajar, tapi ditolak mentah-mentah oleh PD.

Untuk sebuah radio yang memiliki basis kuat wilayah, yaitu Tangerang, PD-nya tidak cukup memiliki wawasan luas terhadap wilayah cakupan pendengarnya. Saat berbincang-bincang dengan PD, penulis bahkan menemukan fakta bahwa PD Star Radio tidak mengetahui tempat wisata menarik di Tangerang, tempat kuliner, bahkan universitas yang terdapat di Tangerang. Padahal PD tersebut adalah penyiar yang sudah hampir satu tahun mengudara di Tangerang yang kemudian diangkat menjadi PD. Bagaimana PD bisa membuat program yang menarik untuk para pendengarnya, jika PD tersebut tidak memiliki wawasan sekitar wilayah radionya mengudara?

Selain itu, *range* usia pendengar Star Radio yang sangat jauh cukup menjadi kendala bagi penulis dalam menulis naskah. Target pendengar dari remaja hingga dewasa membuat penulis bingung untuk menggunakan bahasa sehari-hari untuk remaja atau dewasa. Dari segi para penyiar pun, hampir semua penyiar adalah penyiar muda, bagaimana para penyiar muda ini bisa meng-*cover* pendengar dewasa?

U M N