



### **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 II

### KERANGKA KONSEP

#### 2.1 Tinjauan Karya Sejenis

Penulis mencari informasi dari karya yang sudah ada untuk dijadikan acuan. Penulis mencari karya sejenis yang memiliki salah satu dari dua kriteria. Kriteria pertama adalah karya tersebut merupakan *talkshow* radio. Kriteria kedua adalah *talkshow* tersebut membahas mengenai isu yang dekat dengan masyarakat. Berikut beberapa karya sejenis dengan format *talkshow* dan mengangkat isu yang dekat dengan masyarakat:

Tabel 2.1 Perbandingan program radio

|                       | SUARA UNTUK NEGERI  | TOKOH BICARA   |
|-----------------------|---|--|
| <b>Media</b>          | Radio Heartline FM  | Radio MNC Trijaya  |
| <b>Frekuensi</b>      | 100,6 FM  | 104,6 FM   |
| <b>Format program</b> | <i>talkshow</i>   | <i>talkshow</i>  |
| <b>Bahasan utama</b>  | Membahas tentang kelompok/orang yang berjuang untuk berkontribusi di bidang sosial dan budaya | Mengulas profil tokoh di Indonesia. Baik tokoh nasional maupun daerah. |
| <b>Hari tayang</b>    | Senin   | Kamis  |
| <b>Jam tayang</b>     | 16.00 - 16.30   | 20.00 - 21.00  |

|                         |  |   |
|-------------------------|--|---|
| <p><b>Kelebihan</b></p> | <p>a. <i>Talk show</i> ini memberikan sudut pandang narasumber mengenai topik yang diangkat.</p> <p>b. Narasumber yang dipilih adalah orang berpengalaman dalam bidang bahasan.</p>  | <p>a. Tokoh yang dipilih untuk diwawancarai adalah tokoh yang memiliki pengaruh. Sehingga pembahasannya menjadi berkaitan dengan kehidupan masyarakat sekarang.</p> <p>b. Menggunakan media twitter sebagai media untuk mengunggah foto tokoh tersebut.</p> |
| <p><b>Kelemahan</b></p> | <p>a. Topik pembahasan tiap minggu tidak konsisten. Terkadang mengangkat topik yang sedang hangat, terkadang topik yang tidak dekat dengan masyarakat.</p> <p>b. Topik bahasan terkadang terlalu luas dan tidak fokus. Sehingga membuat pendengar bingung</p> <p>c. Penyiar sering berganti tiap episode Suara Untuk Negeri</p> <p>d. Terlalu sering menghadirkan narasumber dari Yayasan Yamakindo.</p> | <p>a. Tidak dapat menggambarkan sosok yang dibicarakan secara lebih detail dengan karya ataupun hal yang sudah dihasilkan.</p> <p>b. Lebih menitikberatkan pada profil dan cara pandang si tokoh dibandingkan dengan inspirasi yang bisa dipetik.</p>       |

Berdasarkan perbandingan di atas, penulis mendapatkan kesamaan pada kedua karya tersebut. Kesamaannya adalah menggunakan format program talkshow yang membahas sebuah kontribusi yang dilakukan individu atau kelompok untuk negeri. Kontribusi ini dapat berupa

pemikiran, gagasan, tindakan, ataupun karya yang sudah dihasilkan. Namun, pada kedua program radio ini tidak membahas mengenai proses kreatif sebuah karya seni yang sudah dihasilkan. Penulis juga tidak dapat menemukan program radio yang membahas proses kreatif karya seni.

## 2.2 Teori atau Konsep-Konsep yang Digunakan

### 2.2.1 Program Radio

Menurut List (2003, p. 53), dalam membuat program radio terdapat dua komponen utama dalam pembentukannya yaitu *talk* dan *music*. Bukanlah hal yang terbantahkan lagi bahwa stasiun radio yang populer di seluruh dunia memutar musik sebagian besar dalam siarannya. Namun, stasiun radio yang hanya memutar musik memiliki kemungkinan kehilangan pendengarnya. Pendengar membutuhkan informasi aktual, untuk menyuarakan ide-pemikirannya. Format yang baik untuk radio berita (*mostly-talk station*) adalah menyiarkan banyak berita, peristiwa terkini, fiksi, dan dokumenter pendek. Sebaiknya *talk* tidak lebih dari 15 menit. Sedangkan, untuk radio musik (*mostly-music station*) adalah selingan berita misalnya setiap 30 menit dan *full music*.

Selain itu, menurut Morissan (2008, p.221), menentukan format siaran bertujuan memenuhi sasaran khalayak secara spesifik

dan kesiapan kompetisi dengan media lainnya di suatu lokasi siaran. Format siaran lahir dan berkembang seiring dengan tuntutan spesialisasi siaran akibat maraknya pendirian stasiun radio.

Format stasiun penyiaran radio harus diterapkan dalam kegiatan siaran melalui empat aspek ini, yaitu: kepribadian penyiar dan reporter; pilihan musik dan lagu; pilihan musik dan gaya bicara; dan spot atau kemasan iklan, jingle, dan bentuk-bentuk promosi acara radio lainnya. (Morissan, 2008, p. 221)

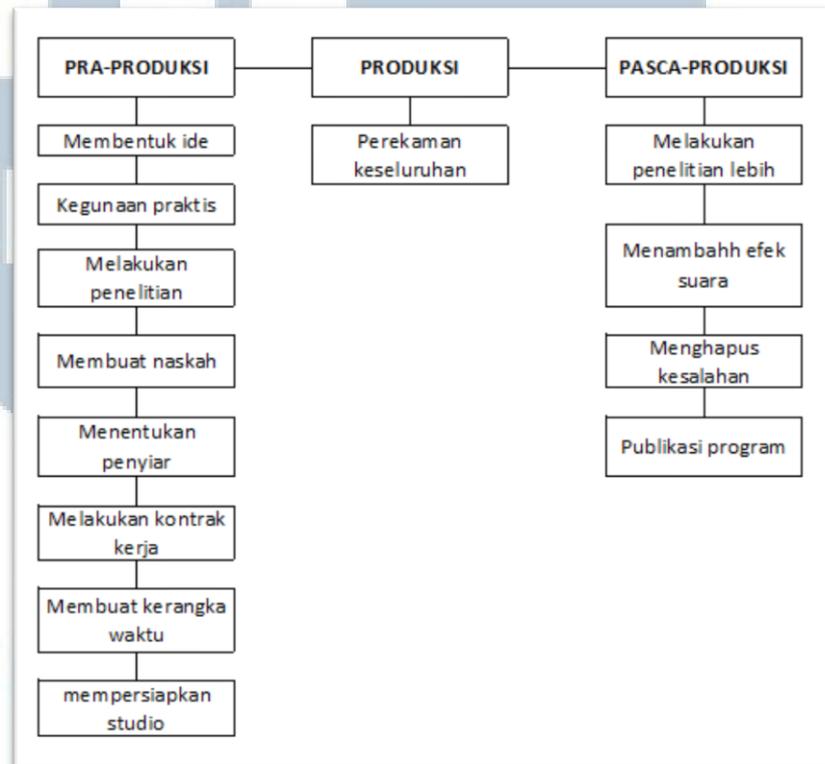
Format radio juga dapat dikelompokkan ke dalam tiga kelompok besar, yaitu (Morissan, 2008, p. 223).

1. Format musik. Format ini paling umum digunakan oleh stasiun radio komersial. Namun, menentukan format musik dari suatu stasiun radio semakin sulit karena enis musik yang semakin beragam cenderung menjadi mirip satu sama lainnya. Kesulitan lain adalah penyanyi atau musisi yang sering berpindah jenis musik.
2. Format informasi. Format ini terbagi menjadi dua bagian, yaitu *all news* dan *all talk*. Format ketiga adalah *news talk* atau *talk news*. Target pendengar format ini adalah pendengar berusia 25-54 tahun dengan tingkat pendidikan yang baik

3. Format khusus (*specialty*) adalah format yang berdasarkan etnis dan agama.

### 2.2.2 Tahapan Membuat Program Radio

Bagan 2.1 Proses Produksi Program Radio



Sumber: Buku Radio Programme Production

Menurut Neelamalar (2018, p. 50-52), produksi program untuk radio harus melewati tiga tahap, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi.

### 2.2.2.1 Pra-Produksi

Proses pra-produksi adalah proses konsepsi program sampai rencana rekaman suara hingga rencana program itu disiarkan di stasiun radio tertentu. Proses ini terdiri dari beberapa bagian, yaitu:

a. Membentuk ide

Proses ini adalah mengumpulkan dan membuat ide siaran yang akan dilakukan. Ide seperti membuat *feature*, doku-drama, dokumenter atau program musik, semuanya harus dipikirkan lebih jauh oleh produser. Ide-ide rinci seperti itu perlu ditentukan sejak awal. *Feature* adalah salah satu bentuk tulisan non-fiksi dengan karakter *human interest human interest* yang kuat. (Rahardi, 2006, hal. 27)

Menurut Siahaan (2015, p. 188), *feature* radio adalah liputan mendalam mengenai suatu kisah yang unik dan khas. Topik permasalahan yang diangkat dapat diambil dari berbagai sudut pandang. Fakta yang ditampilkan bukan hanya fakta objektif namun juga emosi perasaan yang dapat mewakili pengalaman faktual narasumber.

b. Kegunaan praktis

Terkadang, produser akan terlalu ambisius dalam membuat program. Namun, kegunaan praktis program harus diperiksa dan direncanakan terlebih dahulu sebelum merencanakan produksi. Misalnya, soal anggaran, waktu yang tersedia, sumber daya yang dibutuhkan, dukungan manual, dukungan teknis, dan hal-hal lainnya untuk program yang diusulkan.

c. Melakukan penelitian

Sebelum membuat sebuah program, sebaiknya melakukan penelitian untuk mendapatkan rincian mendalam sebagai langkah penting dalam tahap pra-produksi.

d. Membuat naskah

Dalam membuat naskah, penulis naskah harus memperhatikan program yang akan disiarkan.

Terdapat beberapa format tertentu seperti drama yang harus memiliki naskah lengkap. Namun, beberapa format lain memiliki semi-skrip. Ketika program radio melakukan siaran langsung,

pembicaraan akan dilakukan secara spontan. Namun, naskah tetap perlu dipersiapkan untuk proses produksi.

Menurut Oramahi ada lima asas yang harus diingat dalam menulis untuk didengarkan, yaitu *it's spoken* (diucapkan), *it's immediate* (sekarang, langsung), *it's person to person* (antar orang), *it's heard only once* (terdengar hanya satu kali), dan *it's sound only* (hanya bunyi). (Oramahi, 2003, hal. 7)

e. Menentukan narator, penyiar, dan lain-lain

Dalam membuat program radio, produser harus menentukan narator, pembaca berita, penyiar, dan yang lainnya agar program dapat berjalan dengan baik.

f. Melakukan kontrak kerja

Tahap ini hanya dilakukan jika melakukan kerjasama dengan pihak lain. Misalnya dengan menandatangani kontrak kerja dengan orang-orang yang tidak bekerja di stasiun radio tempat kita bekerja.

g. Membuat kerangka waktu

Mempersiapkan kerangka waktu untuk semua tahap produksi perlu dilakukan. Hal ini dilakukan untuk menghindari sikap terburu-buru di menit terakhir karena tidak menyesuaikan waktu dengan baik.

h. Mempersiapkan studio rekaman dan mememesannya

Studio rekaman menjadi tempat penting dalam melakukan siaran. Sehingga harus dipersiapkan dengan baik. Studio rekaman harus dipesan terlebih dahulu sebelum siaran dilaksanakan agar tidak menimbulkan masalah dalam melakukan siaran nantinya.

#### **2.2.2.2 Produksi**

Tahap ini adalah tahap melakukan siaran keseluruhan program. Tahap ini adalah fase paling penting dari produksi di radio.

### 2.2.2.3 Pasca-Produksi

Tahap ini adalah saat mengisi celah yang tersisa di tahap produksi. Hal yang dapat ditambahkan dan dihilangkan dapat dilakukan dalam tahap ini. Pasca-produksi terdiri dari beberapa hal sebagai berikut:

a. Melakukan penelitian lebih lanjut

Penelitian lebih lanjut harus dilakukan untuk menghindari informasi yang salah. Menambah detail informasi juga dapat dilakukan jika ada informasi tertentu yang hilang atau jika produser menemukan informasi yang kurang.

b. Menambahkan efek suara

Tahapan ini menjadi peran penting dalam menyampaikan pesan ke pendengar radio. Efek suara dapat mengimbangi kurangnya visual dalam radio. Misalnya, menambahkan efek suara ke drama radio, dokumenter, dan lain-lain adalah bagian penting dari pasca-produksi.

c. Menghapus kesalahan

Kesalahan dalam proses perekaman dapat dihapus pada tahap ini, seperti terlalu banyak berbicara, salah pengucapan, pengulangan, detail yang salah, dan lain-lain.

d. Publikasi program

Publikasi program perlu dilakukan untuk pembuktian hasil kerja sejak proses pra produksi hingga pasca produksi. Publisitas yang terencana dan teratur harus dilakukan jauh sebelum dimulainya program baru. Setelah peluncurannya, pengingat secara berkala mengenai konten, hari, dan waktu program harus dilakukan.

### 2.2.3 *Talkshow*

Program *talkshow* atau perbincangan adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara (host). Mereka yang diundang adalah orang-orang yang berpengalaman langsung dengan peristiwa atau topik yang diperbincangkan atau

mereka yang ahli dalam masalah yang tengah dibahas (Morissan, 2008, p. 212).

Sedangkan menurut Masduki (2004, p. 79), *talk show* pada dasarnya adalah kombinasi antara “seni berbicara” dan “seni wawancara”. Setiap orang pasti pandai berbicara. Setiap *broadcaster* pandai berwawancara apalagi menggabungkan keterampilan berbicara dengan berwawancara. Wawancara merupakan ajang interaksi yang mencerdaskan dan menjadikan radio sebagai ruang publik yang bersifat populis, bukan elitis. Kecenderungan untuk menghadirkan elit masyarakat di studio akan berkurang saat radio membuka ruang wawancara interaksi langsung dengan pendengar yang heterogen. Melalui fasilitas telepon, posisi semua yang bersuara di radio menjadi setara. Semua wawancara untuk radio pada dasarnya adalah produk jurnalisme, tidak soal apakah ia merupakan bagian dari peliputan sebuah isu nasional yang amat penting atau untuk hiburan semata. Tidak soal apakah si pewawancara berasal dari bagian redaksi yang menganggap dirinya wartawan atau seorang presenter acara rumah tangga yang menganggap dirinya sebagai penghibur, wawancara radio tetap mensyaratkan standar etika dan profesionalisme yang sama.

Durasi untuk acara *talkshow* biasanya berdurasi lebih panjang dibandingkan wawancara biasa. Acara *talkshow* juga

mengutamakan 'keseruan' dalam siarannya. Penyiar bukan hanya bertanya namun juga dapat berkomentar terhadap topik yang diangkat. Hal ini dilakukan dengan harapan narasumber dapat berbicara lebih banyak tentang apa saja yang diketahui, dipikirkan, dan dirasakan. (Siahaan, 2015, p. 171-172)

Mayoritas talk show dikelola oleh seorang pemandu (host) bersama satu atau lebih tamu pembicara, mendiskusikan sebuah topik yang sudah dirancang sebelumnya. Tiga bentuk *talk show* yang populer, yaitu (Masduki, 2004, p. 80)

- a. *One on one show*: pewawancara dan narasumber mendiskusikan topik dengan dua posisi mikrofon terpisah di ruang studio yang sama. Contoh: acara *Profile Show, Problem Solve Show*;
- b. *Panel discussion* (multi-person discussion): pewawancara sebagai moderator hadir bersama sejumlah narasumber. Contoh: acara *Controversy Show, Analysis Show*;
- c. *Call in show*, program perbincangan yang hanya melibatkan telepon dari pendengar. Sering kali topik *call in show* ditentukan dahulu oleh pemandu di studio, kemudian ditawarkan untuk direspons pendengar. Akan tetapi, bisa juga topiknya ditentukan oleh pendengar saat acara berlangsung.

Apa yang diusulkan dan disuarakan pendengar tidak semuanya layak siar sehingga perlu *gate keeper*, petugas penyeleksi telepon masuk sebelum diudarakan.

Talk show didefinisikan sebagai keterampilan menyajikan perbincangan bertopik serius. Konsep talk show adalah topik yang dipilih aktual, sedang menjadi sorotan; bersifat analisis, tidak sekadar deskripsi kasus; terjadi interaksi seimbang di antara narasumber, tidak dimonopoli satu orang atau satu sudut pandang; terjadi kontroversi, perdebatan pro-kontra; ada solusi terbuka pada akhir perbincangan (Masduki, 2004, p. 80).

Komponen yang harus selalu ada dalam program *talk show* adalah topik (dirumuskan dalam bentuk pertanyaan); narasumber (sebaiknya lebih dari satu orang); musik dan lagu (sebagai selingan dan *backsound*), suara suasana lokasi *talk show* (jika diadakan di luar studio sertakan atmosfer pada saat, sebelum, dan sesudah *talk show*). Acara *talk show* bisa disiarkan secara *live* (langsung dan ada interaktifnya), bisa pula secara tunda (direkam terlebih dulu baru kemudian disiarkan) (Masduki, 2004, p. 81).

Perencanaan produksi *talk show* meliputi: (1) menentukan target pendengar yang dituju agar mengetahui apa yang mereka butuhkan; (2) menentukan topik dan narasumber; (3) menentukan

pemandu, dengan kriteria berfigur toleran, terbuka, bersuara tajam, dan intelek; (4) menyiapkan lokasi dan peralatan on air terutama jika berupa siaran langsung dari lapangan (Masduki, 2004, p. 81).

#### **2.2.4 Proses Kreatif Seni**

Proses kreatif adalah sebuah proses penggalian ide dan menemukan nilai jual. Penggalian ide akan melalui perjuangan yang susah-susah-gampang. Ide bisa didapatkan secara sengaja dan tidak disengaja. Ide bisa didapatkan dari melihat sesuatu di televisi, membaca buku, majalah, koran, atau pun mendapatkan cerita dari teman. Selain itu, penggalian ide juga bisa didapat dari memaksimalkan panca indra terhadap setiap kejadian yang terjadi di sekeliling kita. Cara untuk memahami proses kreatif adalah dengan mengetahui siapa pembuat karya tersebut. (Syahidah, 2003, p. 27)

Nandawan L. Hasanah (dalam Badriya, para. 62) berpendapat, seni adalah ekspresi manusia yang memiliki unsur keindahan kemudian diungkapkan dalam sebuah media yang nyata dan bisa dinikmati oleh seluruh panca indera manusia.

Menurut Herbert Read (dalam Nurhadiat, 2005, p. 2), seni adalah usaha manusia untuk menciptakan banyak bentuk yang menyenangkan. Berdasarkan pengertian ini, seni adalah proses

mencari-cari hal yang bisa dipetik maknanya. Sehingga seni dapat menghasilkan banyak interpretasi.

Menurut Utami Munandar (2002, p. 12), kreativitas adalah hasil interaksi antara individu dan lingkungannya, kemampuan untuk membuat kombinasi baru, berdasarkan data, informasi, atau unsur-unsur yang sudah ada atau dikenal sebelumnya.

Jadi, proses kreatif seni adalah penggalan ide para seniman dalam menciptakan suatu keindahan yang dapat dinikmati orang lain dan dapat menghasilkan banyak pemaknaan. Sehingga proses kreatif seni ini adalah dasar sebelum semua karya seni dipublikasikan pada khalayak.

Menurut Sutardi (2007, p. 10), seni merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Sebuah karya seni tercipta dari pemikiran panjang para seniman. Memahami sebuah karya tidak dapat dilakukan hanya dengan melihat hasil akhirnya saja, namun juga harus melihat proses dibalik terciptanya karya tersebut. Proses inilah yang biasanya disebut dengan proses kreatif.

Proses kreatif didasari oleh adanya kreativitas dalam setiap individu, sedangkan untuk memunculkan kreativitas itu sendiri dibutuhkan sebuah proses.