

BAB II

KERANGKA KONSEP

2.1 Karya Terdahulu

Penulis menemukan tinjauan karya terdahulu untuk menjadi acun penulis dalam memproduksi karya yaitu dalam bentuk program siaran radio *talkshow*.

2.1.1 Konsultasi Psikolog Radio GajahMada FM (102.4 FM)



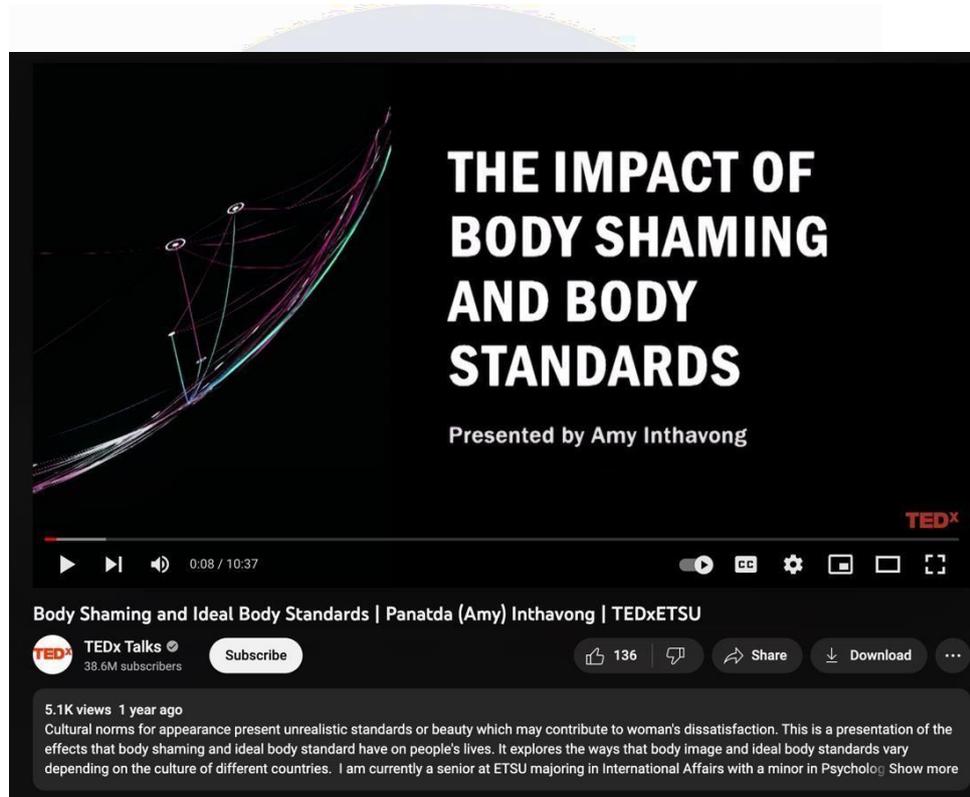
Gambar 2.1 Jingle Program konsultasi Psikolog
Sumber: Dokumentasi Youtube

Gajah Mada FM merupakan salah satu radio yang ada di Semarang. Radio Gajah Mada berpindah frekuensi dari AM 828 ke FM 102.6 Mei 1994, lalu pada tahun 2004 berpindah ke frekuensi baru yaitu 102.4 FM (Arie, 2015). Visi dari radio ini adalah menjadi media pendidikan,

informasi, dan hiburan yang konstruktif bagi masyarakat. Sedangkan misinya adalah melakukan siaran dengan memberikan yang terbaik bagi pendengar.

Program siaran radio Gajahmada Fm dipilih penulis sebagai tinjauan karya sejenis karena memiliki kemiripan pada sesi acara yang dibuat yaitu talkshow dengan tema psikolog. Nama program acara tersebut adalah Konsultasi Psikolog yang dibawakan setiap hari senin, pukul 19.00-20.00 WIB. Salah satu segmen tersebut membahas mengenai konsultasi psikolog bersama Maharani Kusumaningrum yang merupakan seseorang psikolog yang berjiwa muda. Pernah beberapa kali diundang menjadi pembicara pada kelas-kelas webinar, di acara TV keluarga dan edukasi, di siaran radio, dan aktif mengisi artikel serta menjadi pengasuh untuk rubrik konsultasi psikologi di beberapa media cetak serta media elektronik. Berasosiasi dengan beberapa platform digital sebagai *associate psychologist* yang lebih banyak menangani tentang masalah-masalah anak muda, mahasiswa, keluarga dan relationship.

2.1.2 TEDxTalks



Gambar 2.2 Program Acara TEDx Talks
Sumber: Dokumentasi Youtube

Program yang berjudul *The Impact Of Body Shaming And Body Standards* yang disiarkan pada 23 mei 2022 membahas mengenai standar kecantikan yang dapat menimbulkan rasa ketidakpuasan pada wanita, salah satunya efek dari body shaming dan standar kecantikan ideal terhadap kehidupan masyarakat. Program tersebut juga mengeksplorasi bagaimana citra tubuh ideal bervariasi tergantung pada budaya suatu negara.

Video pada halaman kanal youtube TEDxTalks berdurasi 10 menit atau lebih, dan berisi materi diskusi tentang teknologi, psikologis, hiburan

desain, seni, dan lain-lainnya. TEDxTalks sendiri adalah organisasi non profit yang bertujuan untuk berbagi dan menyebarkan ide agar menginspirasi banyak orang.

Program ini memiliki kesamaan dengan program penulis dari segi topik atau pembahasan. Penulis mendapatkan pembelajaran dari konten TEDxTalks berdasarkan konten yang diproduksi untuk menginspirasi dan menjadi motivasi masyarakat luas.

Selain itu, program tersebut dibawakan dengan formal sehingga pendengar juga merasakan suasana yang terjadi pada saat host berinteraksi.

2.1.3 InvisiBilia (Nasional Public Radio)



Gambar 2.3 Program InvisiBilia (NPR)
Sumber: Dokumentasi Youtube

Sebuah acara program radio terbaru yang dibuat oleh National Public Radio di Amerika Serikat berusaha mengeksplorasi kekuatan

tersembunyi. Maksudnya adalah cara seseorang berurusan dengan bagian terdalam mereka atau pikiran gelap dan pengalaman hidup di dunia tanpa rasa takut. Acara ini disebut *Invisibilia*. Kata tersebut diambil dari bahasa latin yang berarti “hal-hal yang tak terlihat”.

Acara ini membahas anekdot tentang efek kekuatan pikiran, ide-ide, keyakinan, dan perasaan tentang kehidupan masyarakat melalui lensa ilmiah. Acara yang dipandu oleh Aix Spiegel dan Lulu Miller. Dua orang yang merupakan kontributor radio populer di Amerika, This is American Life dan RadioLab. Acara ini juga akan membahas apa yang membentuk harapan dan keteraturan masyarakat.

Acara *Invisibilia* memiliki kesamaan dengan acara YOLO yaitu ingin merubah pola pikir pendengar agar menjalani hidup dengan positif. Perbedaannya *Invisibilia* diambil berdasarkan lensa ilmiah sedangkan YOLO berdasarkan pandangan psikologi serta menyediakan konten Pendidikan dan informatif yang tidak memihak dan independen disiarkan melalui streaming dan podcast.

2.2 Konsep yang Digunakan

2.2.1 Karakteristik Siaran Radio

Radio sebagai sarana untuk mendapatkam informasi sekaligus hiburan dengan mengandalkan kekuatan audio. Menurut (Siahaan, 2015) pada buku yang berjudul “Jurnalistik Suara” mengatakan bahwa karakteristik radio terbagi menjadi empat elemen antara lain:

a. Radio Bersifat Pribadi

Radio mempunyai kekuatan pada suara manusia yang dihasilkan. Secara umum suara juga dapat memperlihatkan kepribadian seseorang dan suaranya juga dapat menyinggung perasaan pribadi orang lain, sehingga dapat memunculkan kesan pesona.

b. Radio Juga Sosial

Pada saat mendengarkan radio, kita dapat berhubungan dengan banyak orang yang mempunyai kesamaan dengan kita berdasarkan suara dan pada saat itu juga dalam siaran radio dapat terjadinya komunikasi antara satu dengan yang lainnya yang memiliki potensi dalam sebuah ikatan koneksi sosial yang kuat.

c. Radio Menciptakan “Teater Pikiran”

Selain radio berupa suara, radio juga dapat membuat kita mendapatkan gambaran. Karena pada saat sedang mendengarkan radio, gambaran-gambaran tersebut akan terbentuk dengan hal atau pembahasan yang kita dengar.

Radio juga dapat merangsang daya imajinasi lebih cepat dari media lain.

d. Radio Bisa Menjadi Layanan Sosial

Radio dapat membangun karakteristik kepedulian kita dan dapat membantu dalam pengembangan diri. Seperti

misalnya pelayanan sosial yang dilakukan pada forum diskusi atau program mobilitas massa ataupun aksi yang ditunjang secara bersamaan dengan program *on-air* dan *off-air*.

2.2.2 Tahapan Produksi Radio

Dalam memproduksi program radio tentu mempunyai proses atau tahapan seperti, pra produksi, produksi, dan pasca produksi (Asthami, 2009).

2.2.3.1 Pra Produksi

Tahapan awal dalam proses praproduksi, yaitu:

- 1. Mengumpulkan Data**

Proses pengumpulan data mempunyai peran penting dalam penguasaan tema. Data atau informasi berdasarkan permasalahan di lingkungan sosial untuk dijadikan topik pembahasan.

- 2. Mencari Narasumber**

Memilih narasumber yang kompeten dan ahli dalam bidangnya sehingga informasi yang disampaikan dapat relevan.

- 3. Membuat Naskah**

Pembuatan naskah dibuat dengan ide-ide yang menarik serta kreatif, serta menjadi acuan penyiar untuk mengetahui rundown dalam proses produksi

4. Menentukan Target Pendengar

Dengan adanya target pendengar bertujuan supaya informasi yang disampaikan dapat disesuaikan dengan golongan umur

2.2.3.2 Produksi

Dalam memproduksi suatu program radio tentu mempunyai 2 cara yang bisa digunakan, yaitu:

1. Siaran Langsung

Suatu program yang disiarkan secara langsung, mempunyai dan harus mengikuti sesuai dengan rundown acara yang telah dibuat.

2. Tapping atau rekaman

Produksi rekaman merupakan sebuah proses rekam yang dilakukan terlebih dahulu baru kemudian disiarkan.

2.2.3.3 Pasca Produksi

Langkah terakhir dalam proses produksi sebuah program radio adalah pasca produksi atau evaluasi. Evaluasi tersebut untuk mengecek hal baik teknis maupun non teknis misalnya: evaluasi biaya produksi untuk mengetahui apakah biaya yang dikeluarkan pada saat proses produksi mengalami pengeluaran berlebih dari anggaran yang sudah dibuat. Evaluasi khalayak untuk mengetahui seberapa banyak atau seberapa menariknya minat pendengar terhadap topik tersebut. Tahap editing, tahapan ini dilakukan untuk mengecek kembali sekaligus menghilangkan kata yang tidak diperlukan dalam proses penyiaran sehingga kalimat atau Bahasa yang dikeluarkan tetap enak untuk didengar oleh khalayak.

2.2.3 Talkshow

Talk Show disebut juga dengan suatu kegiatan berupa interaksi sekaligus sarana komunikasi yang dapat dilakukan antara individu maupun kelompok dan dibantu oleh penyiar sebagai pembawa acara. Struktural Conversation berupa suatu materi yang didalamnya berisi susunan acara yang telah dibuat, misalnya seperti topik pembahasan yang akan disampaikan, kapan, dan bagaimana cara dalam menyampaikan informasi tersebut (Situmorang, 2015, p. 5).

Menurut Komisi Penyiaran Indonesia (2015, Para. 1) Program talk show merupakan program yang mengedepankan talk-nya dibandingkan dengan show. Maka dari itu, interaksi yang dibawakan harus menarik dengan pembahasan yang relevan dan mendalam.

2.2.4 Body Image

Definisi Body image merupakan citra tubuh merupakan pengalaman yang terjadi pada setiap individu dalam bentuk sudut pandang terhadap bentuk ataupun berat badannya (Nurvita, 2015).

Body image menurut (Rombe, 2014) merupakan suatu sikap atau perasaan antara kepuasan dan ketidakpuasan yang dimiliki oleh seseorang individu terhadap bentuk tubuhnya sehingga dapat menimbulkan pandangan body image positif dan body image negatif.

Perasaan yang dipikirkan oleh setiap individu mengenai bentuk tubuhnya belum tentu sesuai dengan keadaan yang aktual, namun lebih merupakan hasil dari timbul rasa cemas secara individu. Menurut (Akhmad Mukhlis, 2013:7) beranggapan bahwa perasaan evaluasi diri dapat menyebabkan kecemasan dan depresi yang disebabkan oleh adanya standar ideal di setiap budaya yang tidak dapat dicapai oleh kebanyakan remaja. Hal tersebut tentu menjadi suatu hal yang berbahaya dan betapa seriusnya permasalahan tersebut dikalangan remaja akibat ketidakpuasan body image.