

Penyajian Program Acara *Seoul Time* di Zora Radio
Studi Deskriptif Mengenai Tanggapan Anggota Komunitas Hansamo
terhadap Penyajian Program Acara *Seoul Time* di Zora Radio
Presentation Program Events Seoul Time in Zora Radio

¹Feni Oktavianti, ²Anne Ratnasari

^{1,2}*Prodi Ilmu Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,*
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: ¹feni.oktavianti@yahoo.com, ²anne.ratnasari@unisba.ac.id

Abstract. This Research in the field of radio as institutional platform focuses on the presentation of the *Seoul Time* program as the main object. In the midst of the radio broadcast competition is getting tighter, every radio station must be able to create and offer programs that can provide a competitive advantage compared to other radio. A radio program is not necessarily good and interesting if the presentation is not planned properly. The purpose of this research is to know announcer's skill, message delivery, presentation technique, and social media usage at presentation of *Seoul Time* program on Zora Radio. The research methodology used is quantitative research method with descriptive approach. In this research selected respondents are active members of Hansamo community in Bandung as many as 67 respondents. The results of this research show that the announcer's skill in the presentation of the *Seoul Time* program is very strong with the percentage of 82.59%, the message delivery on the presentation of the *Seoul Time* program is very strong with the percentage of 83.10%, the presentation technique in the presentation of the program the *Seoul Time* show is very strong with 82.76% earnings, and social media usage on the presentation of the *Seoul Time* program is quite strong with 80% percentage gain.

Keywords: Mass Communication, Program Presentation, Radio.

Abstrak. Penelitian pada ranah radio sebagai institusi ini, menempatkan penyajian program acara *Seoul Time* sebagai objek penelitiannya. Di tengah persaingan siaran radio yang semakin ketat ini, setiap stasiun radio harus bisa menciptakan dan menawarkan program acara yang dapat memberikan keunggulan kompetitif dibandingkan radio lainnya. Sebuah program acara radio belum tentu bagus dan menarik jika penyajiannya tidak direncanakan dengan baik. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kecakapan penyiar (*announcer's skill*), penyampaian pesan, teknik penyajian, dan penggunaan media sosial pada penyajian program acara *Seoul Time* di Zora Radio. Metodologi penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Dalam penelitian ini responden yang dipilih yaitu anggota aktif komunitas Hansamo di Bandung sebanyak 67 responden. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kecakapan penyiar (*announcer's skill*) pada penyajian program acara *Seoul Time* tergolong sangat kuat dengan perolehan persentase 82.59%, penyampaian pesan pada penyajian program acara *Seoul Time* tergolong sangat kuat dengan perolehan persentase 83.10%, teknik penyajian pada penyajian program acara *Seoul Time* tergolong sangat kuat dengan perolehan persentase 82.76%, dan penggunaan media sosial pada penyajian program acara *Seoul Time* tergolong kuat dengan perolehan persentase 80%.

Kata Kunci: Komunikasi Massa, Penyajian Program Acara, Radio.

A. Pendahuluan

Di tengah persaingan siaran radio yang semakin ketat ini. Setiap stasiun radio harus bisa menciptakan dan menawarkan program acara yang dapat memberikan keunggulan kompetitif dibandingkan radio lainnya. Sebuah program acara radio belum tentu bagus dan menarik jika penyajiannya tidak direncanakan dengan baik. Penyajian program acara menjadi tolak ukur bagi kesuksesan program acara tersebut. Maka dari itu, sebuah program acara haruslah menyajikan program yang dibuat semenarik mungkin dan harus dipersiapkan secara matang untuk dapat menarik pendengar sebanyak-banyaknya. Pada penyajian pesan presentasi terdiri dari pengantar, isi dan simpulan.

Untuk menyajikan program yang dapat menarik banyak pendengar, sebuah

stasiun radio haruslah mengetahui musik atau topik apa yang sedang disenangi oleh masyarakat. Hal tersebut dapat dijadikan peluang oleh stasiun radio dalam memperoleh pendengar sebanyak-banyaknya. Salah satu hal yang saat ini masih disenangi oleh sebagian besar masyarakat di Indonesia yaitu topik atau bahasan yang mengacu pada semua aspek budaya Korea, seperti drama, film, musik, fashion, gaya rambut, serta kosmetik.

Melihat kecintaan masyarakat yang tinggi dengan musik Korea dan banyaknya komunitas Korea di Bandung, Zora Radio berinisiatif untuk membuat program khusus komunitas Korea yang memiliki format dan konten yang berbeda yaitu program acara *Seoul Time*. Program acara ini menyajikan sebuah hiburan dan informasi mengenai musik, budaya, pariwisata, drama, maupun isu atau trend terbaru di Korea. Pada program ini pendengar juga dapat berpartisipasi untuk *request* lagu Korea melalui Whatsapp dan Twitter.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: "Bagaimana Penyajian Program Acara *Seoul Time* di Zora Radio?". Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui kecakapan penyiar (*announcer's skill*) pada program acara *Seoul Time* di Zora Radio
2. Untuk mengetahui penyampaian pesan pada program acara *Seoul Time* di Zora Radio
3. Untuk mengetahui teknik penyajian pada program acara *Seoul Time* di Zora Radio
4. Untuk mengetahui penggunaan media sosial pada program acara *Seoul Time* di Zora Radio

B. Landasan Teori

Radio merupakan salah satu media komunikasi massa (*mass communication*), seperti halnya surat kabar. Radio dipandang sebagai "kekuatan kelima" (*the fifth estate*) setelah lembaga eksekutif (pemerintah), legislatif (parlemen), yudikatif (lembaga peradilan), dan pers atau surat kabar. Hal itu antara lain karena radio memiliki kekuatan langsung, tidak mengenal jarak dan rintangan, dan memiliki daya tarik sendiri, seperti kekuatan suara, musik, dan efek suara. (Romli, 2009:17). Radio siaran juga dapat melakukan fungsi kontrol sosial seperti surat kabar, di samping empat fungsi lainnya yakni memberi informasi, menghibur, mendidik dan melakukan persuasi. (Ardianto, dkk, 2007:128).

Menurut Morissan dalam buku "Manajemen Media Penyiaran" (2008:230) mengatakan bahwa program radio harus dikemas sedemikian rupa agar menarik perhatian dan dapat diikuti sebanyak mungkin orang. Jumlah stasiun radio yang semakin banyak mengharuskan pengelola stasiun untuk semakin jeli membidik audiennya. Setiap produksi program harus mengacu pada kebutuhan audien yang menjadi target sasaran radio. Oleh karena itu, pengelola stasiun radio harus menyajikan sebuah program yang sesuai dengan kebutuhan audiennya.

Menurut Masduki (2005:18-19) pendengar merupakan pihak yang paling penting dalam konteks komunikasi siaran. Tanpa pendengar maka sebuah radio akan mati suri. Pendengar akan mampu mengembangkan imajinasinya karena dua hal, yaitu (1) referensi pengalaman yang mereka milik terhadap suatu materi siaran, (2) referensi pikiran, kedekatan, dan ketajaman pikiran terhadap sebuah masalah yang sedang disiarkan. Kemampuan memberikan gambaran dari tuturan kalimat yang diucapkan penyiar akan membantu pendengar agar tetap menyimak sebuah acara.

Dalam menyajikan sebuah program acara radio, tentu harus memiliki persiapan yang telah direncanakan dan ditetapkan sesuai dengan kebutuhan pendengarnya, baik itu kecakapan penyiarinya, penyampaian pesannya, teknik penyajiannya, maupun metode atau media apa yang digunakan saat siaran berlangsung.

Kecakapan Penyiar

Menurut Ben G Henneke dalam bukunya, *The Radio Announcer's Handbook* (1954), ada beberapa kecakapan yang harus dimiliki oleh seorang penyiar (*Announcer's Skill*) (dalam Romli, 2010:34), meliputi: (1) Komunikasi gagasan (*communication of ideas*). (2) Komunikasi kepribadian (*communication of personality*). (3) Proyeksi kepribadian. Penyiar harus memproyeksikan dirinya sebagai pribadi yang memiliki keaslian (*naturalness*), kelincahan (*vitality*) keramahtamahan (*friendliness*), dan kesanggupan menyesuaikan diri (*adaptability*). (4) Pengucapan (*pronunciation*) yang jelas dan benar. (5) Kontrol suara (*voice control*), meliputi pola titinada (*pitch*), kerasnya suara (*loudness*), tempo (*time*), dan kadar suara (*quality*).

Penyampaian Pesan

Menurut Siahaan (1991:63) dalam bukunya “Komunikasi: Pemahaman dan Penerapannya”, untuk menentukan pesan pada program acara radio ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan dalam penyampaian pesan. yaitu: (1) Pesan itu harus cukup jelas (*clear*). (2) Pesan itu mengandung kebenaran yang sudah diuji (*correct*). (3) Pesan itu ringkas (*concise*). (4) Pesan itu mencakup keseluruhan (*comprehensive*). (5) Pesan itu nyata (*concrete*). (6) Pesan itu lengkap (*complete*) dan disusun secara sistematis.

Teknik Penyajian

Teknik penyajian/format program dalam suatu program radio menyebutkan siaran dapat berformat single talk (siaran sendiri)/monolog, kolokium (obrolan santai)/dialog interaktif dan dramatisasi. Beberapa hal yang perlu diperhatikan ketika siaran interaktif ini disiarkan. *Pertama*, tema atau daftar pertanyaan, pengelola program radio harus menentukan terlebih dahulu tema atau topik apa yang akan dibahas pada saat siaran berlangsung. *Kedua*, narasumber, penyiar wajib memiliki biodata terbarunya, akurat, termasuk cara pengucapan namanya yang benar dan nama panggilannya. *Ketiga*, selingan musik/lagu, pemilihan lagu yang tepat dapat membuat pendengar tertarik dan dapat mendukung suasana siaran interaktif (Romli, 2017:144).

Penggunaan Media Sosial

Twitter merupakan situs mikro-blog yang gratis yang memungkinkan pengguna untuk mempublikasikan pesan singkat (140 karakter atau kurang maka disebut mikro) melalui komputer dan ponsel. Biasanya pengguna twitter melakukan sharing informasi ataupun berita yang *up to date* di akun twitternya, dan secara otomatis dapat dilihat oleh seluruh followers (Yudhanto, 2018:128).

Whatsapp merupakan aplikasi chatting dimana penggunaannya dapat mengirim pesan teks, gambar, suara, dan bahkan video ke teman-teman pengguna menggunakan ponsel apapun. Whatsapp lebih bersifat *cross platform*, yang artinya walaupun pengguna dan temannya menggunakan ponsel yang berbeda, tetapi tetap bisa terhubung (Enterprise, 2012:1).

Penggunaan media sosial seperti Twitter dan Whatspp pada program acara dapat membangun hubungan yang lebih dekat antara pendengar dengan penyiar. Media sosial tersebut digunakan untuk menyebarkan informasi mengenai program acara maupun untuk permintaan lagu ataupun opini pendengar terhadap isi materi yang disiarkan

penyiar.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penyajian Program Acara *Seoul Time* di Zora Radio

Berikut adalah penelitian mengenai penyajian program acara *Seoul Time* di Zora Radio.

Tabel 1. Kecakapan Penyiar pada Penyajian Program Acara *Seoul Time* di Zora Radio

Jawaban Responden	Skor	Jumlah Jawaban Responden	Jumlah
Sangat Setuju	5	256	1280
Setuju	4	507	2028
Kurang Setuju	3	76	228
Tidak Setuju	2	29	58
Sangat Tidak Setuju	1	3	3
Skor Total Gabungan Indikator Kecakapan Penyiar			3597

Jumlah skor indikator kecakapan penyiar:

Skor tertinggi (untuk jawaban sangat setuju) : $5 \times 871 = 4355$

Skor terendah (untuk jawaban sangat tidak setuju): $1 \times 871 = 871$

Maka: $3597/4355 \times 100\% = 82,59\%$ **tergolong sangat kuat**

Tabel 2. Penyampaian Pesan pada Penyajian Program Acara *Seoul Time* di Zora Radio

Jawaban Responden	Skor	Jumlah Jawaban Responden	Jumlah
Sangat Setuju	5	106	530
Setuju	4	188	752
Kurang Setuju	3	30	90
Tidak Setuju	2	9	18
Sangat Tidak Setuju	1	2	2
Skor Total Gabungan Indikator Penyampaian Pesan			1392

Jumlah skor indikator penyampaian pesan:

Skor tertinggi (untuk jawaban setuju) : $5 \times 335 = 1675$

Skor terendah (untuk jawaban sangat tidak setuju) : $1 \times 335 = 335$

Maka: $1392/1675 \times 100\% = 83,10\%$ **tergolong sangat kuat**

Tabel 3. Teknik Penyajian pada Penyajian Program Acara *Seoul Time* di Zora Radio

Jawaban Responden	Skor	Jumlah Jawaban Responden	Jumlah
Sangat Setuju	5	85	425
Setuju	4	147	588
Kurang Setuju	3	24	72
Tidak Setuju	2	12	24
Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Skor Total Gabungan Indikator Teknik Penyajian			1109

Jumlah skor indikator teknik penyajian:

Skor tertinggi (untuk jawaban setuju) : $5 \times 268 = 1340$

Skor terendah (untuk jawaban sangat tidak setuju) : $1 \times 268 = 268$

Maka: $1109/1340 \times 100\% = 82,76\%$ **tergolong sangat kuat**

Tabel 4. Penggunaan Media Sosial pada Penyajian Program Acara *Seoul Time* di Zora Radio

Jawaban Responden	Skor	Jumlah Jawaban Responden	Jumlah
Sangat Setuju	5	82	410
Setuju	4	203	812
Kurang Setuju	3	20	60
Tidak Setuju	2	28	56
Sangat Tidak Setuju	1	2	2
Skor Total Gabungan Indikator Teknik Penyajian			1340

Jumlah skor indikator teknik penyajian:

Skor tertinggi (untuk jawaban setuju) : $5 \times 335 = 1675$

Skor terendah (untuk jawaban sangat tidak setuju) : $1 \times 335 = 335$

Maka: $1340/1675 \times 100\% = 80\%$ **tergolong kuat**

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kecakapan Penyiar pada penyajian program acara *Seoul Time* di Zora Radio yang berkaitan dengan penyiar mampu menyampaikan informasi program acara, penyiar bersifat apa adanya, penuh semangat, dan akrab, penyiar memiliki pengucapan jelas dan benar, penyiar memiliki kontrol suara (*voice control*) yang stabil, terbilang sangat kuat.
2. Penyampaian Pesan pada penyajian program acara *Seoul Time* di Zora Radio yang berkaitan dengan pesan yang jelas, pesan yang benar, pesan yang nyata, pesan yang lengkap, dan pesan yang disusun sistematis, terbilang sangat kuat.
3. Teknik Penyajian pada penyajian program acara *Seoul Time* di Zora Radio yang berkaitan dengan tema/topik yang disajikan menarik, tanya jawab yang disajikan menarik, dan pemilihan musik/lagu yang disajikan menarik, terbilang sangat kuat.
4. Penggunaan Media Sosial pada penyajian program acara *Seoul Time* di Zora Radio yang berkaitan dengan dengan Twitter yang mana dapat mengetahui informasi lagu populer, serta dapat melakukan *voting* lagu populer. Lalu Whatsapp yang mana dapat *request* lagu, dapat kirim salam, dan dapat merespon informasi program acara, terbilang kuat.

E. Saran

Saran Teoritis

1. Hendaknya untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk mencari referensi yang lebih banyak lagi sehingga hasil penelitian selanjutnya akan semakin baik, lebih lengkap dan dapat memperoleh pengetahuan yang baru.
2. Hendaknya untuk penelitian selanjutnya juga disarankan untuk memperbanyak dalam mencari teori-teori yang akan dicantumkan sehingga banyaknya teori akan lebih mengembangkan pemikiran saat di pembahasan.

Saran Praktis

1. Dalam menyampaikan sebuah informasi, seorang penyiar harus memiliki proyeksi kepribadian dalam dirinya. Hal ini dikarenakan agar pendengar merasa nyaman dengan sang penyiar. Diharapkan penyiar program acara *Seoul Time* di Zora Radio telah memiliki semua proyeksi kepribadian dalam dirinya.
2. Pada saat siaran radio berlangsung, sebuah pesan yang disampaikan oleh penyiar haruslah jelas, benar, nyata, lengkap dan disusun sistematis. Hal ini dikarenakan agar pendengar mengerti mengenai pesan apa yang sedang disampaikan oleh penyiar. Oleh karena itu, diharapkan penyiar pada program acara *Seoul Time* di Zora Radio dapat menyampaikan pesan dengan jelas, benar, nyata, lengkap dan disusun sistematis.
3. Dalam menyajikan sebuah program acara, pengelola program harus merencanakan atau menentukan terlebih dahulu tema/topik apa yang akan disiarkan serta harus melakukan pemilihan musik/lagu terlebih dahulu sebelum program acara tersebut disiarkan atau disajikan kepada para pendengar. Oleh karena hal tersebut, sebaiknya para pengelola program merencanakan dan menentukan isi dari program acaranya secara matang.
4. Penggunaan media sosial dalam sebuah radio dirasa sangat penting, karena dengan adanya penggunaan media sosial tersebut pengelola program acara dapat mengetahui seberapa banyak pendengar dari program acara tersebut. Oleh karena itu sebaiknya pengelola program acara dapat lebih aktif dalam membuat sebuah *tweet* atau cuitan di twitter Zora Radio.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. Lukiati Komala. Siti Karlinah. 2007. *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Enterprise, Jubilee. 2012. *Chatting Tanpa Batas Menggunakan Whatsapp*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Masduki. 2004. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta: Pustaka Populer LkiS Yogyakarta
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Kencana Prenada Media Group
- Romli, Asep Syamsul M. 2009. *Basic Announcing: Dasar-dasar Siaran Radio*. Bandung: NUANSA
- Romli, Asep Syamsul M. 2010. *Broadcast Journalism: Panduan Menjadi Penyiar, Reporter, dan Script Writer*. Bandung: NUANSA
- Romli, Asep Syamsul M. 2017. *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*. Bandung: NUANSA
- Siahaan, S. M. 1991. *Komunikasi: Pemahaman dan Penerapannya*. Jakarta: PT BPK Gunung Mulia
- Yudhanto, Yudha. 2018. *Panduan Belajar Cepat Facebook Twitter*. Jakarta: Rumah Studio Indonesia
- Ratnasari, Anne. 2016. "Kemampuan Presentasi dalam Memasarkan Produk Usaha," dalam *Jurnal Penelitian Komunikasi Vol.19 No.2*, Desember 2016 (109-122).