

Manajemen Produksi Penyiaran Program “Sandiwara Radio Kos-Kosan Gayam” Geronimo FM

Yulinda Sari, Dyo Rizky, Puti Andam Sari
Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Jalan Lingkar Selatan, Kasihan, Bantul, Yogyakarta 55183
Email : putiandams22@gmail.com

Abstrak

Radio Geronimo FM merupakan salah satu radio yang sudah lama berdiri di kota Yogyakarta. Sebagai radio yang sudah lama berdiri, radio Geronimo FM Jogja dituntut untuk mempertahankan *audience* dengan persaingan yang ketat seiring dengan munculnya radio – radio baru. Salah satu strategi yang dilakukan oleh radio Geronimo FM Jogja dalam mempertahankan *audience* adalah dengan melakukan manajemen penyiaran. Penelitian ini mengkaji mengenai implementasi manajemen penyiaran radio Geronimo FM Jogja dalam mempertahankan *audience*. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif yaitu mengamati fenomena yang dialami oleh subjek penelitian. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yang menjadi objek penelitiannya adalah program komedi Kos Kosan Gayam di Geronimo FM Yogyakarta. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi saat pra-produksi, produksi, dan pasca produksi dengan pihak Radio Geronimo FM Jogja. Subjek penelitian adalah divisi Produser Program Radio Geronimo FM Jogja dan tokoh di Kos-Kosan Gayam. Berdasarkan hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa ada strategi kreatif dalam Kos-Kosan Gayam yang telah diterapkan dari awal acara ini berdiri yaitu dengan mengangkat fenomena yang ada di sebuah kos-kosan dengan keanekaragaman budaya yang ada di dalamnya yang dikemas dengan komedi.

Kata kunci: Program radio, Sandiwara radio, Manajemen radio

Abstract

Radio Geronimo FM is one of the long standing radio in Yogyakarta city. As a long-standing radio, Geronimo FM Jogja radio is required to keep the audience with a tight competition along with the emergence of new radio. One of the strategies undertaken by Radio Geronimo FM Jogja in keeping the audience is by conducting broadcasting management. This study examines the implementation of radio broadcasting management Geronimo FM Jogja in keeping the audience. The method used is descriptive qualitative observed phenomena experienced by research subjects. This study uses qualitative research methods, which became the object of his research is Kos-kosan Gayam comedy program in Geronimo FM Yogyakarta. Data collection technique is done by interview, pre-production observation, production, and post-production of Radio Geronimo FM Jogja. The research subjects are Radio Programs Producer division Geronimo FM Jogja and Kos-kosan Gayam figures. Based on the results of this study is to show that there is a creative strategy Kosam Kosan Gayam which has been applied since the beginning of this event stand by lifting the existing phenomenon in boarding house with cultural diversity in it that is packed with comedy

Keywords: Radio program, radio show, Radio management

Pendahuluan

Perkembangan dunia penyiaran yang cukup kompetitif memaksa pengelola untuk melakukan segmentasi pendengar melalui aneka program acara tertentu. Pada hakikatnya, penyiaran (*broadcasting*) adalah keseluruhan proses penyampaian siaran yang dimulai dari penyiapan materi produksi, produksi, penyiapan bahan siaran, kemudian pemancaran sampai kepada penerimaan siaran tersebut oleh pendengar di suatu tempat (Djamal dan Fachruddin, 2011: 45).

Salah satu media dalam dunia penyiaran yang sampai saat ini masih terus menjaga eksistensinya adalah radio. Media penyiaran merupakan salah satu bentuk media massa yang efisien dalam mencapai audiensnya dalam jumlah yang sangat banyak (Morissan, 2011:13). Dalam hal ini, radio digunakan untuk menyiarkan bermacam-macam pesan yang dibutuhkan oleh masyarakat, baik itu berupa berita, musik, *talkshow*, dan hiburan lainnya. Pesan-pesan yang disampaikan melalui radio bisa menimbulkan efek imajinasi yang besar terhadap pendengarnya.

Seiring dengan berkembangnya era teknologi, kemajuan dalam bidang penyiaran pun semakin canggih. Kini radio tidak hanya diputar melalui *tape*, tetapi aksesnya menjadi lebih mudah dengan adanya perkembangan teknologi yang mutakhir. Radio saat ini bisa diputar *streaming* melalui internet, *mp3*, *handphone*, dan beberapa peralatan teknologi lainnya. Dengan semakin canggihnya dunia penyiaran. Radio pun berlomba-lomba untuk mengemas program-program yang mereka punya dengan

semenarik mungkin, sehingga tingkat kompetisi industri penyiaran semakin mendorong tingkat kekreatifan program radio tersebut.

Adalah sebuah radio yang berdomisili di Yogyakarta. Sebut saja radio komersil, Swaragama FM dan Geronimo FM. Dari kedua stasiun radio tersebut, mempunyai keunggulan masing-masing, terutama program radionya yang digunakan untuk berkompetisi antar radio swasta, dalam rangka mewujudkan eksistensinya di dalam dunia penyiaran. Kompetisi diwujudkan untuk menghasikan sesuatu yang positif untuk senantiasa meningkatkan kualitas agar memperoleh pendengar setia.

Sebagai radio pendatang baru, Swaragama FM melakukan siarannya pada tanggal 27 Februari 2000 dan di resmikan pada tanggal 17 Juni 2000. Sedangkan Geronimo memulai siaran perdananya pada tahun 1968 dan mendapat izin secara resmi naik siar pada tahun 1971. Kesamaan yang ada pada radio tersebut, memiliki *positioning sex target* yang sama yaitu perempuan 55% dan laki-laki 45%. Adanya kesamaan *target audience* yang sama-sama anak muda inilah, tentunya akan menimbulkan persaingan untuk menarik perhatian pendengarnya.

Lebih dari sekedar media penyampaian pesan, radio memperlihatkan kekuatan terbesar yang dimilikinya sebagai media jika menyangkut imajinasi. Radio menuntut keikutsertaan aktif pendengarnya dalam bentuk pengalaman tentang pandangan, perasaan dan sensasi yang dibangun oleh media suara. Radio merupakan media yang buta, tetapi dapat

menstimulir pendengarnya sehingga berusaha memvisualisasikan apa yang didengarnya dan menciptakan bayangan mereka sendiri tentang suara tersebut, contohnya sandiwara radio.

Sebagai salah satu stasiun radio komersil di Yogyakarta, Radio Geronimo yang terletak di Jalan Bung Tarjo (Gayam) nomor 24 Yogyakarta, memilih target pendengarnya yaitu anak muda, yang usia 15 sampai 24 tahun. Pada rentang usia ini kalangan anak sekolah dan mahasiswa menjadi target utamanya. Untuk menjaga eksistensinya, lagu atau musik yang selalu *update* menjadi andalan radio ini. Selain itu Geronimo juga memiliki program acara seputar kehidupan sehari-hari, Hobi, *Rockin School*, Pendidikan, Kedai 24, *Ngalor-ngidul*, *Kongkow Bisnis*, Angkringan Gayam, dan Kos-Kosan Gayam. Aneka program siaran ini dimaksudkan untuk memperoleh perhatian dari segmen pendengar muda yang menjadi target sasarannya.

Kajian terhadap Radio Geronimo ini berfokus pada salah satu program acaranya, yaitu "Kos-Kosan Gayam". Sebuah program acara berkonsep sandiwara radio ber-*genre* komedi dengan durasi satu jam yang menampilkan problematika keseharian tiga mahasiswa yang *nge-kos* maupun isu-isu yang berkembang dikalangan remaja. Kisah persahabatan mereka di perantauan ini disampaikan secara kocak yang membuat pendengarnya terus-terusan menunggu episode-episode selanjutnya. Program inilah yang tidak dimiliki oleh radio lainnya.

Terbentuk dan berlangsungnya sebuah program acara tentu tidak akan

berhasil tanpa adanya manajemen yang baik. Keberhasilan media penyiaran sejatinya ditopang oleh kreatifitas manusia yang bekerja pada tiga pilar utama yang vital yang dimiliki setiap media penyiaran yaitu teknik, siaran, dan administrasi (Morissan, 2011:133). Ketiga bagian vital tersebut merupakan bagian dari kesatuan tubuh organisasi, sebagaimana dialami pula oleh Radio Geronimo. Dengan demikian, organisasi penyiaran adalah tempat orang-orang penyiaran (siaran-teknik-administrasi) saling bekerja sama dalam merencanakan, memproduksi atau mengadakan materi siaran, dan sekaligus menyiarkan dalam usaha mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Wahyudi, 1994: 78). Organisasi penyiaran Geronimo FM ditopang oleh aneka program acara, salah satunya adalah "Kos-Kosan Gayam" yang menjadi fokus kajian ini.

Berdasarkan latar belakang ini, maka kami tertarik untuk mengulas bagaimana manajemen siaran proses produksi dan program "Kos-Kosan Gayam" di Radio Geronimo 106.1 FM.

Pembahasan

Sandiwara radio itu unik karena mudah, yaitu mudah dibuat dan mudah dinikmati. Berbekal kepriawaian oleh suara manusia, musik, dan efek suara serta skenario yang *apik*. Produksi pun cukup dilakukan di studio rekaman. Pemeran dalam sandiwara radio juga tak perlu berwajah elok dipandang. Cukup digambarkan lewat suara cirri khas yang dibawakan oleh masing-masing tokoh ketika siaran, dibantu dengan narasi deskriptif tentang keelakan sang lakon, atau digambarkan lewat dialog-

dialog orang lain yang menyebutkan tokoh tersebut. Sandiwara radio juga merupakan program *easy listening*, karena hanya memerlukan telinga dan imajinasi pendengar.

Pada zaman keemasannya sekitar tahun 1980-an, sandiwara radio di Indonesia khususnya di Jawa, banyak didominasi oleh cerita-cerita silat berlatar belakang babad tanah Jawa, diantaranya Saur Sepuh, T tutur Tinular, Misteri dari Gunung Merapi, Ibuku Malang Ibuku Tersayang, Misteri Nini Pelet, Babad di Tanah Leluhur, dan sebagainya. Zaman terus berkembang sampai pada akhirnya berada pada zaman digital dan serba internet. Tingginya jumlah aktifitas dengan internet telah mempengaruhi kebiasaan pendengar radio. Hal ini termasuk membuat pudarnya sandiwara radio.

Namun dewasa ini, masih ada para pekerja seni yang sedang berjuang menjaga nyawa sandiwara radio. Tentunya dengan formatnya tidak kaku seperti sandiwara radio pada zaman dulu, melainkan sandiwara radio dengan penyampaian santai dan lucu, atau bisa diartikan sebagai drama komedi radio.

Kedengarannya memang agak jadul untuk saat ini masih sempat-sempatnya mendengarkan sebuah sandiwara radio. Tapi drama ini nyatanya mampu mempertahankan eksistensinya. Tidak lain karena respon positif dari para pendengar setianya. “Kos-kosan Gayam” pada dasarnya adalah sebuah drama komedi radio yang mengangkat cerita-cerita sederhana anak kos di Yogyakarta. Adalah Bram, I cuk dan Parwoto. Tiga nama tersebut merupakan tokoh utama dalam sandiwara komedi radio yangt

berjudul “Kos-kosan Gayam”. Bram, I cuk, dan Parwoto merupakan mahasiswa yang berbeda-beda asal, namun tinggal dalam sebuah kos yang sama yaitu Kosan Gayam.

Sandiwara ini dibuat pertama kali pada 11 Agustus 2011. Awang Adjiewasita, Produser Acara “Kos-Kosan Gayam” Radio Geronimo 106.1 FM, menuturkan :

“Porsi utama kita awalnya memang bikin acara se-simple mungkin. Dulu itu pagi sebelum sahur, kita mau ngisi di jam 02.00-03.00 tapi bingung mau ngisi apa. Akhirnya sedikit bincang-bincang sekaligus brainstorming kemudian briefing. Dimana kita sudah mematenkan kalau isi program ini komedi dan rada absurd. Nah, terbentuklah program ini secara spontan dan disetiap episode pun terbentuk secara spontan tetapi tetap mempertahankan karakter-karakternya.”

Pada perkembangannya, sandiwara ini dibuat dan disiarkan seminggu sekali pada Kamis malam pukul 09.00-10.00 WIB dengan episode yang berbeda setiap minggunya. Dalam ceritanya, Bram merupakan tokoh yang di gambarkan berasal dari Jakarta. Gaul, kaya raya, dan bersifat hedonis. Tapi Bram sangat setia kawan, pintar dan suka memberi nasehat yang pada akhirnya berujung komedi. Ada I cuk, tokoh yang berasal dari Medan. I cuk dengan logat bataknya, digambarkan sebagai seorang yang polos tapi nyolot dan terkesan paling kekanak-kanakan (*childish*). Kemudian ada Parwoto, mahasiswa lugu dan polos asal Klaten yang masih berpegang teguh pada adat-adat Jawa. Parwoto

digambarkan sebagai orang yang sangat sederhana dan mempunyai peliharaan ayam yang diberi nama Silvi. Perbedaan etnis inilah yang membuat sandiwara ini kaya akan budaya dan sempurna untuk menggambarkan keragaman yang ada di kota Jogja. Walaupun drama radio ini disampaikan dengan bahasa Indonesia walaupun seringkali menyisipkan percakapan berbahasa Jawa. Perbedaan bahasa inilah yang menimbulkan banyak lelucon khas Jogja.

Walaupun sandiwara ini tidak memakai naskah seperti pembuatan sebuah program radio lainnya, namun justru inilah yang menjadi ciri dan keunikan dari drama radio “Kos-kosan Gayam”. Dan pada kenyataannya dalam sandiwara ini mampu eksis dan memberikan respon positif dari para pendengarnya. Sandiwara ini tidak hanya sandiwara komedi yang sifatnya semata-mata menghibur pendengarnya saja. Namun, sandiwara ini secara langsung juga pesan kepada pendengarnya.

Adapaun proses produksi yang di lakukan pada program “Kos-Kosan Gayam” ini, meliputi : pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Pembuatan drama radio harus mempertimbangkan perbedaan fungsi mata (visual) dan telinga (audio), dimana mata lebih kritis sedangkan telinga lebih menggugah perasaan/imajinasi. Dengan demikian sandiwara radio dibuat dengan dialog-dialog yang ditunjukkan untuk menggugah imajinasi pendengar (Sunnyoto, 1977:94).

Pada pra produksi ini adalah bagian untuk penentuan tema dan alur cerita. Kedua, produksi. Dalam tahapan

proses produksi ini adalah *take voice/ taping*. Ada pra maka ada pasca, setelah pra produksi lalu produksi maka bagian terakhir adalah pasca produksi. Pasca produksi ini adalah *editing* (penambahan musik dan *sound effect*) dan evaluasi.

1. Penentuan Tema dan alur cerita

Dalam hal ini seluruh *cast* “Kos-Kosan Gayam” bersama-sama menentukan tema apa yang akan dibuat. Kemudian barulah merencanakan alur ceritanya. Misalnya tema hari ini adalah ada *laundry*-an baru buka disamping kos. Barulah alur ceritanya direncanakan mulai dari Bram yang memberi kabar kemudian menceritakan kepada Icut dan Parwoto tentang *laundry* baru dan ternyata buruh cucunya cantik, selanjutnya alut cerita itu direncanakan hingga akhir. Terkadang mereka menggunakan kru kantor sebagai tokoh baru, atau bintang tamu yang di ajak *taping*. Perbedaan sandiwara ini dengan sandiwara radio pada umumnya adalah terletak pada penulisan naskahnya. Sandiwara ini sama sekali tidak melakukan penulisan naskah, yang artinya semua dialog berjalan dengan sendirinya sesuai dengan alur yang ditentukan. Inilah bagian dari proses kreatif pada produksi sandiwara “Kos-Kosan Gayam”. Dan para pengisi suarapun mampu membuktikan kecerdasan akan *sense of humor* yang dimiliki masing-masing pemain. Walaupun sedikit menyimpang dari pedoman pembuatan sandiwara radio pada umumnya, pada kenyataannya sandiwara ini mampu mempertahankan eksistensinya dan mendapat apresiasi yang positif dari para pendengar radio Geronimo FM.

2. *Take Voice (rekaman)/Taping*

Setelah menentukan tema dan alur cerita, proses selanjutnya adalah rekaman. Rekaman sandiwara ini dilakukan di ruang produksi di Radio Geronimo FM. Pada proses ini biasanya dilakukan pada H-2 sebelum sandiwara disiarkan. Membutuhkan waktu sekitar satu jam untuk *take voice*. Proses ini justru menjadi proses paling penting dalam pembuatan sandiwara ini. Karena pada proses inilah, seluruh kemampuan dan kreativitas masing-masing para pemain dikerahkan untuk membuat dialog-dialog komedi yang segar khas sandiwara ini. Ketika pada proses *taping* terjadi kesalahan disini peran editor untuk memperbaikinya.

3. Editing

Memasuki proses pasca produksi, setelah rekaman tentunya *voice over* diedit dengan menggunakan *software Cooledit Pro*. Sebuah *software* yang tidak asing bagi para pekerja radio. Karena *software* tersebut adalah *software* sederhana yang memungkinkan untuk kerja cepat dan idealis. Pertama *voice over* dibersihkan dulu agar suara yang dihasilkan benar-benar layak dan pantas untuk disiarkan. Barulah selanjutnya adalah penambahan *sound effect* seperti suara tawa, burung, suara pintu ditutup, suara mobil, dan sebagainya. Tidak hanya penambahan efek, namun musik juga sangat dibutuhkan untuk sandiwara ini. Musik disisipkan dalam setiap pergantian babak untuk menjadi transisi agar pendengar tidak merasa bosan. Terkesan lebih menjiwai karena *editor* program ini adalah tokoh yang menjadi pemeran di Kos-Kosan Gayam. Dalam proses *editing* ini yang berhak menentukan *sound effect* adalah

selain tokoh “Kos-Kosan Gayam” adalah produser program. Karena sebelum disiarkan produser berhak mengikuti proses editing sebagai penanggung jawab.

4. Evaluasi

Setelah proses *editing* selesai barulah selanjutnya adalah evaluasi. Dalam hal ini sandiwara “Kos-Kosan Gayam” yang sudah hampir jadi, diperdengarkan terlebih dahulu oleh para pemainnya agar nantinya benar-benar layak dan pantas untuk disiarkan. Isi evaluasinya, misalkan ada efek suara yang kurang pas atau didengar tidak sewajarnya, jadi *editor* selanjutnya segera memperbaharui. Namun, evaluasi tidak harus semua

Sebagai program yang sangat dinanti oleh para pendengarnya, dalam lingkup program acara “Kos-kosan Gayam”, seorang produser bertanggung jawab untuk menjalankan berbagai aspek yang mendukung baik sebelum hingga berlangsungnya acara. Untuk mencapai tujuan agar acara “Kos-kosan Gayam” dapat berlangsung, diperlukan manajemen penyiaran yang baik, sebagaimana tahapan manajemen pada umumnya, maka produser perlu melakukan perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan atau memberikan pengaruh (*directing/influencing*), serta pengawasan (*controlling*). Meskipun komponen manajemen itu telah dimiliki, namun pada prosesnya program acara tetap saja memiliki permasalahan yang harus dipecahkan. Berdasarkan data penulis selama melakukan kegiatan wawancara dan observasi di Radio Geronimo, terutama pada program acara “Kos-kosan Gayam”, kami menemukan permasalahan yaitu ternyata manajemen

penyiaran dari acara tersebut tidak sesuai dengan prosedurnya.

Seperti yang dituturkan oleh Awang Adjiewasita, *Produser* Acara "Kos-Kosan Gayam" Radio Geronimo 106.1 FM,

"Mungkin yang dimaksud me-menej ini bisa dibayangkan kayak sesuatu yang spontan cuman kita stay on karakter yang karena kita gak bisa bilang kalau tokoh ini akan selamanya berkarakter seperti ini. Memenejemeni "Kos-Kosan Gayam" itu sebenarnya seperti memajemen diri sendiri yang playing karakter. Kalau dari sisi akan di buat seperti ini, mau dibuat seperti itu. Kita tidak ada briefing khusus untuk itu."

Dari pernyataan tersebut bisa disimpulkan bahwa memang tidak ada manajemen khusus untuk program "Kos-Kosan Gayam". Program ini hanya mengikuti manajemen penyiaran produksi secara umum yang sudah ada di Radio Geronimo.

Selain itu terdapat beberapa kegagalan ketika mendapati bahwa jika tidak ada *take voice/taping* dalam satu minggu, produser program "Kos-Kosan Gayam" akan memutar kembali episode-episode yang sudah diputar sebelumnya. Namun untuk mengakali agar para pendengar *loyal* tidak sadar bahwa episode sebelumnya sudah pernah diputar, maka dilakukan sedikit editing isi maupun *sound track* menyesuaikan dengan situasi dan kondisi yang terjadi.

Penutup

Sebagai salah satu radio kebanggaan khususnya di Yogyakarta. Radio Geronimo sampai saat ini masih

mempunyai eksistensinya dan mampu menguasai minat dengar *audiencenya* dan memberikan fungsi juga peran sebagai radio komersil. Tidak hanya lagu dan musik yang disiarkan, program-program interaktif seperti *talkshow* juga terdapat pada radio ini. Tidak hanya hiburan namun Radio Geronimo mampu memberikan edukasi lewat info-info penting untuk pendengarnya. Bahkan di zaman sekarang ini, radio ini masih mempunyai program sandiwara radio yang sangat khas di telinga pendengarnya.

Namun, alangkah lebih baiknya jika program sandiwara radio ini memiliki manajemen media penyiaran agar lebih terstruktur namun tetap terlihat santai. Karena pada dasarnya keberhasilan sebuah program terdapat pada manajemen penyiaran yang baik.

Daftar Pustaka

- Hidajayanto Djamal, Andi Fachrudin. (2011). *Dasar-dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*. Jakarta, Kencana.
- Morissan, M.A. (2009). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta, Kencana.
- Sunyoto, W, Daniels Handoyo. (1977). *Seluk Beluk Program Radio*, Yogyakarta, Yayasan Kanisius.
- Wahyudi, J.B. (1994). *Dasar-dasar Manajemen Penyiaran*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.