

BAB IV

PENUTUP

Pada Bab terakhir, penulis akan menyampaikan kesimpulan mengenai pengaruh interaksi dalam keberhasilan manajemen penyiaran program acara “Angkringan Gayam”, dan saran untuk acara tersebut.

4.1. Kesimpulan

Radio merupakan institusi sosial atau “wadah” dari kepentingan-kepentingan publik yang membentuk sistem. Sistem yang terbentuk antara Radio Geronimo, produser dan penyiar “Angkringan Gayam”, komunitas yang hadir, dan pendengar. Proses dari sistem tersebut bermula dari kesamaan tujuan yang dimiliki antara internal “Angkringan Gayam” dengan komunitas yang akan diundang, selanjutnya dengan peran interaksi dalam manajemen akan memunculkan hubungan timbal-balik atau saling menguntungkan. Produser dan penyiar membuat dan mengemas acara sedemikian rupa melalui proses manajemen yang mencakup empat tahapan, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan memberikan pengaruh, serta pengawasan.

Pada acara “Angkringan Gayam”, **perencanaan** memerlukan proses yang matang untuk menentukan komunitas apa yang akan diundang, tema, dan materi mengenai informasi yang akan digali dari komunitas itu. Meskipun produser mengambil andil akan hal ini dan sudah mengumpulkan beberapa daftar target komunitas yang akan diundang, produser tetap mengajak penyiar untuk berdiskusi atau *brain storming*. Di sini interaksi antara produser dan penyiar sangat penting

untuk saling menyampaikan ide, menyepakati keputusan bersama, sampai akhirnya mengundang sebuah komunitas. Dalam kasus Welfarian, saat itu sedang ada isu hangat mengenai topeng monyet dan kebetulan sudah mengenal Mas Adon selaku pejuang kesejahteraan hewan. Di luar daftar yang sudah dibuat, produser berdiskusi dengan penyiar akan mengundang komunitas Welfarian itu.

Pengorganisasian produser kepada penyiar tidaklah sulit, karena hanya dua orang di internal “Angkringan Gayam” ini. Untuk berdiskusi membahas sesuatu lebih sering melalui teknologi atau bila secara tidak sengaja bertemu di Radio Geronimo karena jadwal siaran yang berdekatan. Sudah ada pembagian tugas masing-masing yang jelas, namun jika ada salah satu yang berkendala, mereka akan saling mengisi dan mengambil alih tugas. Kalau memungkinkan, tidak langsung melepaskan tanggung jawab begitu saja, tapi bisa juga membantu dari jarak jauh. Sedangkan dengan pihak eksternal yaitu komunitas tamu, produser bertemu langsung untuk membicarakan “Angkringan Gayam”, menggali informasi mengenai kegiatan komunitas (Welfarian dan Sekolah Pasar Rakyat), dan maksud untuk mengundang menjadi tamu. Sesampainya komunitas di studio, sebelum siaran *briefing* singkat untuk mencocokkan informasi dan membangun keakraban dengan penyiar.

Posisi antara produser dan penyiar pada program acara “Angkringan Gayam” adalah setara, maka faktor **pengarahan dan pengaruh**, kurang terlihat. Saat berdiskusi dan mengobrol mengenai konsep acara, secara otomatis akan memotivasi penyiar untuk memperkaya wawasan. Penyiar yang akan “berhadapan” langsung dengan komunitas saat *on air*, perlu banyak belajar dari

referensi *talk show* yang sudah sukses. Misalnya menonton *Just Alvin, Mata Najwa* dan *Kick Andy* untuk belajar membuat *show* yang menyenangkan dan menarik bagi pendengar.

Pengawasan atau *controlling*, perlu dilakukan agar semua berjalan lancar, walaupun ada kendala bisa langsung diatasi. Sebelum komunitas datang, *briefing* juga dilakukan produser dan penyiar untuk memastikan penyiar menguasai materi. Produser melakukan kontrol terhadap komunitas tamu, mulai dari hari Minggu dan Senin pagi diingatkan melalui pesan singkat, komunitas mengkonfirmasi kehadiran, sampai *briefing*. Setelah kontrol dilakukan, langkah perbaikan melalui evaluasi. Untuk evaluasi rutin di “Angkringan Gayam” ini tidak menentu, jika ada masalah, selesai siaran langsung dilakukan evaluasi agar saling mengerti dan bisa lebih baik lagi.

Untuk menutup kesimpulan ini, pada Bab I penulis telah memaparkan mengenai *literature review* berupa beberapa jurnal yang terkait dengan objek penelitian, yaitu radio. Jurnal tersebut memiliki kesamaan dengan apa yang ada pada “Angkringan Gayam”, seperti interaksi penyiar dengan pendengar, menggunakan media sebagai “jembatan” dengan pendengar, menggunakan *games* atau kuis untuk menarik pendengar, dan kebutuhan pendengar akan aktualitas. Membedakan dengan penelitian lain, penemuan penulis mengenai pengaruh interaksi terhadap keberhasilan program “Angkringan Gayam”, bahwa seluruh tahapan proses manajemen di atas memiliki keterkaitan erat dengan interaksi sosial, oleh karena keberhasilan setiap tahapan dalam manajemen penyiaran itu memerlukan kualitas interaksi sosial yang baik di antara para pelakunya. Interaksi

itu akan maksimal mempengaruhi capaian manajemen penyiaran (dari perencanaan sampai dengan pengawasan) bila dilakukan pada empat domain: (1) penyiar dan komunitas; (2) penyiar dengan massa komunitas; (3) produser dengan isu yang sedang hangat; (4) isu publik dengan kegiatan yang dilakukan komunitas. Dengan demikian, interaksi sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan manajemen penyiaran, sebagaimana yang penulis refleksikan dari kajian terhadap Program Acara “Angkringan Gayam” Radio Geronimo. Hal inilah yang belum sepenuhnya juga telah berhasil dicapai oleh program acara ini.

4.2. Saran

Penulis menemukan beberapa kekurangan pada interaksi dalam manajemen penyiaran yang pada akhirnya mempengaruhi keberhasilan program acara “Angkringan Gayam”. *Pertama*, yang menjadi ujung dari permasalahan program acara ini adalah tingkat ketidakhadiran komunitas tamu yang cukup banyak. Mengambil contoh dari dua komunitas yang berhasil, kedua komunitas itu sebelumnya sudah menjalin hubungan kekerabatan dengan produser hingga akhirnya diundang untuk mengisi acara. Interaksi yang sudah terjalin ini akan memupuk kepercayaan sampai adanya komitmen untuk mau bekerjasama, dalam hal ini menjadi tamu di “Angkringan Gayam”. Maka penting bagi produser maupun penyiar meluangkan waktu lebih untuk melakukan pendekatan baik secara personal atau keseluruhan komunitas. *Kedua*, masih berkaitan dengan poin pertama, pendekatan ini juga sekaligus menarik simpati dari massa komunitas tersebut untuk ikut meramaikan dengan memberikan respon atau *feedback* saat komunitas itu sedang *on air*.

Ketiga, kurang mengikat pendengar, dalam hal ini kurang menarik pendengar lewat iklan. Menurut pengamatan penulis, iklan program acara “Angkringan Gayam” terlalu jarang dan mendadak, maksudnya hanya diputar pada hari Senin sedangkan acaranya Senin malam. Akibatnya mungkin banyak pendengar yang tidak begitu mengenal acara tersebut, terbukti dari kedua contoh komunitas belum mengetahui adanya acara “Angkringan Gayam” sebelum diundang. Untuk mendongkrak popularitas dan menarik pendengar, perlunya iklan yang lebih sering. Upaya ini bisa dilakukan dengan (1) mengumumkan komunitas untuk minggu berikutnya di akhir siaran acara Angkringan Gayam; (2) mengumumkan komunitas tamu “Angkringan Gayam” disela-sela produser dan penyiar sedang siaran program acara lainnya.

Setelah penulis melakukan *Internship* sampai pada penulisan Karya Tulis Ilmiah ini pada program acara “Angkringan Gayam” Radio Geronimo, penulis menemukan beberapa kendala di atas. Untuk dapat melengkapi atau meneliti lebih lanjut mengenai KTI ini, teman-teman Sosiologi dapat meneliti mengenai loyalitas para pelaku daripada program acara “Angkringan Gayam”. Penelitian lanjutan ini dapat menjadi kunci untuk program acara yang lebih baik.

Daftar Pustaka

- Johnson, Doyle, P. 1986. *Teori Sosiologi Klasik dan Modern*, Terj. Lawang, Robert M.Z. Jakarta: Gramedia.
- Bungin, Burhan, H.M. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teknologi, paradigma, dan diskursus teknologi komunikasi di masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Djamal, Hidajanto, Andi Fachruddin. 2011. *Dasar-dasar Penyiaran: Sejarah, organisasi, operasional, dan regulasi*. Jakarta: Kencana.
- Iskandar. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial: Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Gaung Persada Press.
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Erlangga.
- Liliweri, Alo. 1997. *Sosiologi Organisasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Morissan, M.A. 2011. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi mengelola radio dan televisi*. Jakarta: Kencana.
- Masduki. 2004. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta: Pustaka Populer LKiS
- Soekanto, Soerjono. 2007. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers
- Wahyudi, J.B. 1994. *Dasar-dasar Media Penyiaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Winarso, Heru, P. 2005. Sosiologi Komunikasi Massa. Jakarta: Prestasi

Pustaka

Sumber Lain:

Kamus Besar Bahasa Indonesia

Undang-undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002

<http://decupid.blogspot.com/2011/03/istilah-dalam-dunia-tv.html> diakses pada 3 April 2014.

<http://e-journal.uajy.ac.id/3265/1/OSOS02518.pdf> diakses pada 25 Oktober 2014

ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi/article/view/4450/4058 diakses pada 25 Oktober 2014

studentjournal.petra.ac.id/index.php/ilmukomunikasi/article/view diakses pada 25 Oktober 2014

Daftar Pustaka

Johnson, Doyle, P. 1986. *Teori Sosiologi Klasik dan Modern*, Terj. Lawang, Robert M.Z. Jakarta: Gramedia.

Bungin, Burhan, H.M. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teknologi, paradigma, dan diskursus teknologi komunikasi di masyarakat*. Jakarta: Kencana.

Djamal, Hidajanto, Andi Fachruddin. 2011. *Dasar-dasar Penyiaran: Sejarah, organisasi, operasional, dan regulasi*. Jakarta: Kencana.

Iskandar. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial: Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Gaung Persada Press.

Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Erlangga.

Liliweri, Alo. 1997. *Sosiologi Organisasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

Morissan, M.A. 2011. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi mengelola radio dan televisi*. Jakarta: Kencana.

Masduki. 2004. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta: Pustaka Populer LKiS

Soekanto, Soerjono. 2007. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers

Wahyudi, J.B. 1994. *Dasar-dasar Media Penyiaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Winarso, Heru, P. 2005. Sosiologi Komunikasi Massa. Jakarta: Prestasi

Pustaka

Sumber Lain:

Kamus Besar Bahasa Indonesia

Undang-undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002

<http://decupid.blogspot.com/2011/03/istilah-dalam-dunia-tv.html> diakses pada 3 April 2014.

<http://e-journal.uajy.ac.id/3265/1/OSOS02518.pdf> diakses pada 25 Oktober 2014

ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi/article/view/4450/4058 diakses pada 25 Oktober 2014

studentjournal.petra.ac.id/index.php/ilmukomunikasi/article/view diakses pada 25 Oktober 2014