

**Pengaruh Interaksi Sosial Terhadap Keberhasilan
Pelaksanaan Manajemen Penyiaran
Kajian Terhadap Program Acara
“Angkringan Gayam” di Radio Geronimo**

Reisa / Pramono

**Program Studi Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jl. Babarsari No.6 Yogyakarta 55281**

ABSTRAK

Karya Tulis Ilmiah ini membahas mengenai pengaruh interaksi sosial terhadap keberhasilan pelaksanaan manajemen penyiaran pada “Angkringan Gayam” di Radio Geronimo. Metode yang digunakan adalah kualitatif, dengan narasumber produser, penyiar, perwakilan Komunitas Welfarian, dan perwakilan Komunitas Sekolah Pasar Rakyat.

Radio merupakan sebuah institusi sosial dimana terdapat banyak jaringan kepentingan publik. Sebagai media komunikasi massa di tengah masyarakat yang heterogen, radio memiliki berbagai macam kompleksitas. Publik menaruh harapan pada radio sebagai institusi sosial agar materi siarannya sesuai dengan dinamika pendengar yang makin kritis dan dinamika kehidupan yang makin kompleks. Untuk dapat mewujudkannya, penulis melihat andil interaksi dalam manajemen penyiaran. Interaksi antara pelaku manajemen dan pihak eksternal yaitu komunitas yang terlibat, mempengaruhi terwujudnya kebutuhan pendengar atau keberhasilan program acara “Angkringan Gayam”.

Kata kunci: institusi sosial, interaksi sosial, manajemen penyiaran, dan keberhasilan program.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

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 disuatu tempat (Djamal dan Fachruddin, 2011: 45). Radio merupakan salah satu bentuk media berbasis audio (suara) sebagai media penyiaran yang efisien dalam mencapai audiensi secara masal. Sebagai salah satu stasiun radio di Yogyakarta, Radio Geronimo memilih target pendengarnya yaitu anak muda. Kajian terhadap Radio Geronimo ini akan difokuskan pada salah satu program acara, yaitu “Angkringan Gayam”. Acara ini berkonsep *talk show* yang mendatangkan komunitas atau lembaga tertentu untuk membahas suatu topik yang berkembang di kalangan anak muda.

Berdasarkan data penulis selama melakukan kegiatan *Internship pada* Radio Geronimo, terutama pada program acara “Angkringan Gayam”, penulis menemukan permasalahan yaitu tamu komunitas yang diundang terkadang tidak hadir tanpa pemberitahuan terlebih dahulu. Oleh karena keberhasilan suatu radio ditentukan oleh keberhasilan program acara, maka kajian terhadap proses interaksi sosial di dalam manajemen penyiaran suatu program acara menemukan urgensinya. Kebelum berhasilan program acara di mana penulis melakukan

Internship diduga karena belum bisa memaksimalkan peran interaksi sosial ini dengan beragam pihak terkait.

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian KTI ini adalah:

1. Untuk memahami proses manajemen penyiaran pada program acara “Angkringan Gayam”.
2. Untuk memahami pengaruh interaksi sosial di dalam proses manajemen penyiaran
3. Untuk menemukan solusi terhadap problem ketidak-efektifan pelaksanaan manajemen penyiaran pada program acara “Angkringan Gayam”.

C. Analisis

Program acara yang akan menjadi kajian penelitian ini adalah “Angkringan Gayam” adalah salah satu program acara di Radio Geronimo yang memiliki konsep *talk show* santai. Pihak internal acara ini terdiri dari produser dan penyiar, sedangkan pihak eksternal dengan mengundang komunitas untuk terlibat dalam *talk show*. Dalam lingkup program acara “Angkringan Gayam”, seorang produser bertanggung jawab untuk menjalankan berbagai aspek yang mendukung baik sebelum hingga berlangsungnya acara. Untuk mencapai tujuan agar acara “Angkringan Gayam” dapat berlangsung, diperlukan manajemen penyiaran yang baik, sebagaimana tahapan manajemen menurut Wayne Mondy (sebagaimana dikutip oleh Morissan, 2011: 136), maka produser perlu melakukan perencanaan

(*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan atau memberikan pengaruh (*directing/influencing*), serta pengawasan (*controlling*).

“Angkringan Gayam” memiliki tujuan berikut: (1) memperkenalkan tentang hal unik; (2) memperkenalkan komunitas yang ada di Yogyakarta; (3) menginspirasi untuk ikut dalam aksi nyata; (4) ingin memberikan informasi.

Penulis mengambil data tamu “Angkringan Gayam” periode 1 Juli sampai 30 Desember 2013, yakni terdapat 28 minggu; ada 22 minggu acara siaran berjalan dengan komunitas yang hadir pada setiap minggunya, dan 6 minggu kosong. Pihak eksternal atau komunitas, penulis mengambil dua komunitas sebagai pandangan atas program acara yang berhasil, terlihat dari ke-22 minggu yang dihadiri komunitas, ada dua yang paling ramai, yaitu (1) Komunitas Welfarian yang *concern* terhadap kesejahteraan satwa; dan (2) Sekolah Pasar Rakyat yang *concern* terhadap pasar tradisional.

Radio merupakan sebuah media atau bisa dikatakan sebagai wadah untuk menampung berbagai kepentingan. Di tengah masyarakat yang kompleks, radio berperan menjadi sarana yang dapat memenuhi kebutuhan pendengar akan informasi, aktualitas, budaya alternatif (tren masa kini), dan lain-lain. Untuk dapat mewujudkannya, penulis melihat andil interaksi dalam manajemen penyiaran. Interaksi antara pelaku manajemen dan pihak eksternal yaitu komunitas yang terlibat, mempengaruhi terwujudnya kebutuhan pendengar atau keberhasilan program acara radio tersebut.

Ada beberapa indikator keberhasilan acara “Angkringan Gayam”, yaitu; (1) banyaknya respon yang diberikan oleh pendengar; (2) pihak “Angkringan Gayam” terlibat dalam *event* komunitas; (3) mampu menciptakan tren di kalangan generasi muda.

Radio sebagai institusi sosial menurut Leopold von Wiese dan Howard Becker (dalam Soekanto, 2006: 173) dimana terdapat jaringan kepentingan dari berbagai pihak, dalam “Angkringan Gayam” sebagai tahap awal adalah adanya kesamaan tujuan antara pihak internal dengan komunitas. Kesamaan tujuan itu menjadikan indikator tersebut dapat tercapai apabila komunitas hadir.

Sayangnya, berbagai pencapaian di atas tidak akan mungkin terjadi jika komunitas tamu tidak hadir saat acara. Hal ini menggambarkan kurangnya komitmen antara komunitas dengan “Angkringan Gayam”. Terkadang komunitas yang sudah menyetujui, tiba-tiba membatalkan atau bahkan tidak memberikan konfirmasi sama sekali. Ketidakhadiran komunitas mungkin dipengaruhi oleh manajemen waktu yang terbatas untuk acara “Angkringan Gayam”, menyebabkan pendekatan dengan komunitas masih kurang. Pendekatan secara personal menciptakan hubungan yang baik menjadi kunci kepercayaan saling komitmen dan kerjasama untuk terlibat bersama di “Angkringan Gayam”. Pendekatan menentukan komunitas yg datang, kalau rutin setiap minggu komunitas datang mungkin bisa punya pendengar yg setia. Konsisten berlangsungnya acara dan komunitas yang menarik akan merangkul Kancamuda menjadi pendengar setia dan menungu-nunggu setiap Senin malam.

Keberhasilan acara “Angkringan Gayam” selama ini dirasa masih kurang oleh produser dan penyiar. Kekurangan itu disebabkan karena program ini belum mempunyai pendengar setia yang diharapkan dapat memberikan *feedback* komentar melalui media sosial. Namun tidak dipungkiri pula bahwa program ini juga telah memiliki pendengar pasif (tidak memberikan komentar langsung).

Minimnya respon atau komentar dari pendengar disebabkan oleh beberapa hal. *Pertama*, banyaknya jadwal siaran yang kosong sehingga menyebabkan kekecewaan pendengar dan lebih jauh lagi mungkin mereka juga tidak percaya lagi terhadap acara “Angkringan Gayam”. Kekecewaan ini berimbas pada respon yang diberikan pendengar menjadi kurang. *Kedua*, karena tujuan utama program acara “Angkringan Gayam” adalah untuk mengenalkan komunitas yang unik menurut subjektivitas produser, maka hal ini bisa saja belum tentu menarik bagi pendengar. *Ketiga*, dari pantauan selama ini kemampuan untuk mengikat pendengar melalui iklan dirasakan masih kurang intensif.

Berdasarkan kedua contoh komunitas di atas yang notabene mampu menarik pendengar untuk memberikan responnya, kita bisa mengetahui betapa pentingnya interaksi antara komunitas dan penyiar. Apa yang disampaikan komunitas dan apa yang ditanyakan oleh penyiar sebenarnya mempunyai peran signifikan untuk membuat program acara ini berhasil mengundang dan mengikat pendengar mereka. Ini menunjukkan keterkaitan antara interaksi sosial, manajemen penyiaran, dan keberhasilan program. Yang disayangkan adalah hal semacam ini tidak bisa selalu terjadi pada setiap siaran program acara ini.

Bila dicermati lebih dalam, interaksi di atas bisa dipilah ke dalam empat jenis interaksi. *Pertama*, sebagaimana telah dikemukakan di atas, interaksi antara penyiar dan komunitas yang diundang bisa diupayakan untuk menarik pendengar. *Kedua*, pembicaraan bisa menarik, bahkan dramatis dan memoriabel bila komunitas yang diundang memiliki aktivitas intensif dengan kelompok sasarannya, dalam hal ini komunitas hewan (Welfarian) dan pedagang pasar tradisional (Sekolah Pasar Rakyat). *Ketiga*, sebagaimana yang dilakukan produser pada acara yang berhasil itu, kita bisa mengetahui bahwa interaksi antara produser dengan isu publik yang sedang hangat akan turut mempengaruhi animo pendengar untuk mengikuti dan merespon acara ini. Dengan kata lain, topik bahasan “Angkringan Gayam” perlu memiliki aktualitas seiring dengan isu publik. *Keempat*, himpit dengan apa yang telah disampaikan pada poin ketiga, interaksi di atas juga mencakup interaksi antara isu publik dengan apa yang dilakukan oleh komunitas yang diundang. Komunitas Welfarian menarik minat para pendengar di antaranya karena aktivitas pendampingan terhadap kumpulan satwa, dalam hal ini monyet dan lumba-lumba, memiliki kesesuaian dengan isu publik tentang topeng monyet.

Berkaitan dengan institusi sosial, dapat kita lihat kerja sama yang terjalin saling menguntungkan. Pada sub-bab sebelumnya, sistem yang terbentuk yaitu Radio Geronimo, produser dan penyiar “Angkringan Gayam”, komunitas yang hadir, dan pendengar (Kancamuda) mendapatkan keuntungan atau dapat memenuhi kebutuhan mereka. *Pertama*, banyaknya respon yang diberikan oleh pendengar program acara khususnya “Angkringan Gayam” akan menaikkan rating

Radio Geronimo. Rating dapat menjadi bukti bahwa Geronimo didengar oleh banyak orang. Pihak marketing akan menggunakan rating untuk menarik perusahaan atau lembaga-lembaga komersil agar mempercayakan iklan kepada Geronimo. Bahkan karena mengetahui Radio Geronimo adalah salah satu radio bergengsi di Yogyakarta, banyak perusahaan atau lembaga datang untuk menawarkan iklan.

Kedua, produser dan penyiar “Angkringan Gayam” mengemas sedemikian rupa acara agar menarik pendengar untuk memberikan respon. Acara yang ramai dengan banyak respon, selain membuat komunitas dikenal juga membuat merasa didukung dan diharapkan oleh pendengar. Sikap ini tergambar dari banyaknya respon kepada komunitas Welfarian yang mendukung untuk mendukung gerakan menolak topeng monyet. Begitu pula pada komunitas Sekolah Pasar Rakyat, respon yang diberikan memberikan kesan kepada komunitas agar menciptakan pasar tradisional yang nyaman. Di samping itu, program acara ini dengan mengundang berbagai jenis komunitas, produser dan penyiar dapat menambah pengetahuan dan *link*. Mereka juga dapat membantu untuk ikut dalam *event* komunitas itu sebagai MC, memberikan *link* komunitas lain, atau sekedar menghadiri acara untuk menjalin kekerabatan.

Ketiga, komunitas melalui “Angkringan Gayam” dapat menyalurkan informasi agar lebih dikenal pendengar bahkan masyarakat luas. Pada komunitas Welfarian, menyebarkan gerakan untuk menyayangi dan menyelamatkan hewan-hewan yang dijadikan komoditi oleh ketamakan manusia. Sedangkan pada Sekolah Pasar Rakyat, membangun memori mengenai pasar tradisional dan

mengajak untuk berpartisipasi menciptakan pasar yang nyaman. Komunitas yang akan mengadakan acara, setelah hubungan yang terjalin melalui “Angkringan Gayam”, dapat meminta *link* komunitas lain untuk mendukung acara. Hubungan yang akrab dengan produser atau penyiar juga dapat menjadi jalan untuk meminta bantuan sebagai MC, atau sekedar datang untuk meramaikan acara.

Keempat, Kancamuda sebagai pendengar radio, tentunya memiliki tujuan dan kebutuhan, seperti mendengarkan musik untuk sekedar menjadi teman dikala melakukan aktifitas lain, mencari hiburan dengan acara komedi seperti “Kos-Kosan Gayam”, karena mempunyai waktu luang ingin mencari inspirasi dengan mendengarkan *talk show* ringan “Angkringan Gayam”, dan lain-lain melalui program acara yang ada di Radio Geronimo. Kancamuda dapat juga berpartisipasi dengan memberikan respon atau bahkan terlibat langsung dalam komunitas tersebut.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa sistem yang terjalin membutuhkan kesamaan tujuan dan saling menguntungkan dari sebuah interaksi sosial. Di samping itu, keberhasilan program acara “Angkringan Gayam” akan bisa dicapai bila manajemen penyiaran bisa memaksimalkan peluang interaksi sosial yang dimiliki. Namun, hal ini perlu pula ditopang oleh interaksi sosial yang kuat antara komunitas yang diundang dengan kelompok sasaran aktivitasnya. Yang tidak kalah penting adalah kesesuaian antara semua interaksi itu dengan isu publik yang sedang berkembang.

D. 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.

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.

Daftar Pustaka

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

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

Soekanto, Soerjono. 2006. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers

