

KOMPARASI MANAJEMEN IMPRESI PENYIAR RADIO (STUDI : PENYIAR PROGRAM JAKARTA PAGI INI RRI PRO 2 JAKARTA DAN OZ MORNING SHOW OZ RADIO JAKARTA)

¹Oktafiani Putri Adella, ²Edy Prihantoro
adellap23@gmail.com ediprie@gmail.com

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma
Jl. Margonda Raya No. 100, Depok 16424, Jawa Barat

ABSTRACT

The success of a radio program certainly can't be separated of the role of announcer. The purpose of this research is to know the comparison of impression management forms of Jakarta Pagi Ini RRI PRO 2 Jakarta and OZ Morning Show OZ Radio Jakarta program announcers. The theory used in this research is Dramaturgy theory by Erving Goffman. The result of this research shows that comparison of impression management forms of Jakarta Pagi Ini RRI PRO 2 Jakarta and OZ Morning Show OZ Radio Jakarta program announcers are presentation of self, impression management, front stage, back stage and team. From comparison of all Dramaturgy elements at announcers, can be seen that 2 radio programs from 2 radio stations which have the same listeners segmentation, daypart and breakdown program, could be different at impression management.

Keywords: *Announcers, Dramaturgy Theory, Impression Management, Radio.*

PENDAHULUAN

Keberhasilan suatu program acara radio tentunya tidak terlepas dari peran seorang penyiar karena pekerjaannya yang berinteraksi langsung dengan pendengar. Penyiar harus mampu membina hubungan yang baik dengan pendengarnya. Suara dan karakter khas dari penyiar dibentuk sedemikian rupa dan disesuaikan dengan profil radio dimana ia bekerja dan segmentasi pendengar program acaranya. Tujuannya adalah agar mampu menarik jumlah pendengar yang banyak.

Berdasarkan hasil survei Nielsen Indonesia yang dirilis pada tanggal 13 September 2017, radio didengarkan oleh sekitar 37% dari populasi atau setara dengan kurang lebih 20,2 juta pendengar di 11 kota

dengan lama waktu mendengar rata-rata 129 menit per hari. Pendengar menggunakan radio tidak hanya sebagai *music player*, tetapi juga dipengaruhi oleh preferensi terhadap program (25%) dan juga karakter presenter (24%). Kedua hal tersebut menjadi kekuatan unik radio, yaitu kemampuannya untuk berinteraksi dengan pendengar.

Perkembangan industri radio di Indonesia begitu pesat. Ada 4 jenis radio yang ada di Indonesia, yaitu radio publik/pemerintah, radio swasta, radio komunitas dan radio berlangganan. Di tengah persaingan antar radio tersebut, Radio Republik Indonesia (RRI) adalah satu-satunya radio milik pemerintah Indonesia yang mampu bertahan sampai sekarang. RRI diresmikan pada tanggal 11 September

1945. RRI sebagai Lembaga Penyiaran Publik yang independen dan netral berfungsi memberikan pelayanan internasional. RRI merupakan radio yang mempunyai jaringan siaran terbesar di Indonesia, yaitu 60 stasiun dengan 191 program. Stasiun penyiaran RRI berada di pusat dan di daerah. Stasiun penyiaran pusatnya adalah RRI Jakarta.

Dari beberapa program yang ada, PRO 2 adalah program yang memiliki segmentasi pendengar kalangan usia remaja hingga dewasa. Salah satu program acara yang dimiliki PRO 2 adalah program Jakarta Pagi Ini dengan jam siaran pukul 06.00 s.d. 10.00 WIB setiap hari Senin s.d. Jumat. Dalam program Jakarta Pagi Ini, pendengar sering dilibatkan dalam program diskusi interaktif di beberapa segmennya.

Selain radio pemerintah, Indonesia juga memiliki banyak radio swasta. Salah satunya adalah OZ Radio Jakarta. OZ Radio adalah suatu stasiun radio yang diperuntukan untuk kalangan anak muda hingga dewasa. Radio tersebut hadir untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan anak muda hingga dewasa. Oleh karena itu, segmentasi dari radio ini adalah orang yang berusia 17-25 tahun.

Salah satu program dalam OZ Radio adalah program harian OZ *Morning Show*. Program ini mengudara setiap Senin s.d. Jumat pukul 06.00 s.d. 10.00 WIB. Dalam program ini pendengar juga sering dilibatkan dalam diskusi interaktif mengenai topik yang dibawakan. Topik-topik tersebut dibagi beberapa kategori yaitu entertainment, musik, film, olahraga dan isu-isu yang menarik di kalangan anak muda. Program OZ *Morning Show* juga

siaran informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol sosial, serta menjaga citra positif bangsa di dunia sering mengundang bintang tamu (artis/penyanyi) untuk mengobrol bersama penyiar. Pendengar juga dilibatkan dalam diskusi interaktif via telepon.

KERANGKA TEORI

Dramaturgi adalah sebuah teori dasar yang menjelaskan bagaimana individu tampil di dunia sosial. Teori ini dicetuskan oleh Erving Goffman dalam bukunya yang berjudul *The Presentation of Self in Everyday Life* (1959). Goffman menganggap tindakan dan interaksi manusia seperti sebuah drama dan teater. Dalam hal ini, para aktor menampilkan pertunjukan yang berbeda-beda tergantung kepada siapa dan dimana ia berinteraksi. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan agar aktor dapat memberikan kesan yang berbeda-beda pada tiap-tiap panggung sandiwaranya.

Fokus pendekatan Dramaturgi adalah bukan apa yang orang lakukan, bukan apa yang ingin mereka lakukan, atau mengapa mereka melakukannya. Burke melihat tindakan sebagai sebuah konsep dasar dalam Dramaturgi. Pandangannya tentang aksi manusia, konsisten dengan apa yang dikembangkan oleh Mead, Blumer dan Kuhn. Secara spesifik, Burke memberikan pengertian yang berbeda antara aksi dan gerakan.

A. Presentasi Diri

Menurut Goffman, presentasi diri merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu tertentu untuk memproduksi definisi situasi dan identitas sosial bagi para aktor dan definisi sosial tersebut mempengaruhi ragam interaksi yang layak dan tidak

layak bagi para aktor dalam situasi yang ada. Lebih jauh, presentasi diri merupakan upaya individu untuk menumbuhkan kesan tertentu di depan orang lain dengan cara menata perilaku agar orang lain memaknai identitas dirinya sama dengan apa yang ia inginkan. Dalam proses produksi identitas tersebut, ada suatu pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan mengenai atribut simbol yang hendak digunakan sesuai dan mampu mendukung identitas yang ditampilkan secara menyeluruh.

Diri (*the self*) dalam konsep Dramaturgi adalah diri bukanlah keturunan dari pemiliknya, tapi dari keseluruhan tindakannya. Diri tersebut bukanlah penyebab, namun produk dari satu kejadian yang muncul. Oleh karena itu, diri selaku karakter yang melakukan pertunjukan bukanlah suatu benda organik dengan lokasi tertentu. Seorang individu dan tubuhnya hanyalah perangkat bagi tempat terjadinya suatu proses kolaboratif. Sehingga penyebab pembentukan dan pemupukan diri tidak berada dalam perangkat tersebut (Goffman, 1959).

Goffman menyatakan bahwa kebanyakan atribut, milik atau aktivitas manusia digunakan untuk presentasi diri, termasuk busana yang kita kenakan, tempat tinggal, rumah yang kita huni berikut cara kita melengkapinya (furnitur dan perabotan rumah), cara kita berjalan dan berbicara, pekerjaan yang kita lakukan dan cara kita menghabiskan waktu luang. Lebih jauh lagi, dengan mengelola informasi yang kita berikan kepada orang lain, maka kita akan mengendalikan pemaknaan orang lain terhadap diri kita. Hal itu digunakan untuk memberi tahu kepada orang lain mengenai siapa kita.

B. Team

Goffman mengisyaratkan bahwa kegiatan rutin jarang dilakukan sendirian. Goffman (1959) mengungkapkan istilah *team* sebagai sejumlah individu yang bekerjasama mementaskan suatu *routine*. Ada beberapa elemen dasar dari pertunjukan tim ini. Pertama, saat suatu tim pertunjukan sedang berjalan, sesuatu dapat mengganggu atau menyimpang dari setiap anggota tim pertunjukan itu. Setiap peserta tim harus bergantung pada tindakan dan perilaku mitranya, sedangkan temannya harus bersikap demikian juga kepadanya. Kedua, bila para anggota tim itu harus bekerja sama untuk mempertahankan suatu definisi atas situasi tertentu di hadapan penonton, para anggota tim akan mengalami kesulitan untuk mempertahankan kesan tersebut. Oleh karena itu, para peserta tim, sesuai dengan frekuensi mereka bertindak sebagai suatu tim serta sejumlah masalah yang berkaitan dengan upaya untuk mempertahankan kesan, cenderung diarahkan oleh ketentuan yang dinamakan kebiasaan.

C. Wilayah Pertunjukan

Goffman mendefinisikan wilayah sebagai satu area yang terbatas oleh bentukan persepsi tertentu. Dalam dramaturgi, wilayah pertunjukan dibagi menjadi dua, yaitu panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*). Panggung depan adalah tempat atau peristiwa sosial yang memungkinkan individu menampilkan peran formal atau bergaya layaknya aktor yang berperan. Sedangkan panggung belakang adalah tempat untuk mempersiapkan perannya di panggung depan. Di panggung belakang jugalah sebuah skenario dibentuk oleh sang

aktor dan timnya. Aktor dan timnya berusaha agar bagian panggung belakang ini tidak sampai terungkap oleh penonton.

Pada panggung depan, dibagi menjadi 2 bagian, yaitu *setting* dan *personal front*. *Setting* adalah atribut atau suasana panggung yang sudah dipersiapkan untuk aktor melakukan pertunjukan (Goffman). Sedangkan *personal front* merujuk pada perangkat ekspresif lainnya yang digunakan untuk mengidentifikasi aktor. *Personal front* kemudian dibagi lagi menjadi *appearance* (penampilan) dan *manner* (gaya).

Pada panggung depan, Goffman (1959) berpendapat bahwa ketika individu melakukan pertunjukan, ada hal-hal yang harus disembunyikan, yaitu:

- a. Kebiasaan-kebiasaan tersembunyi (*secret pleasure*);
- b. Kesalahan-kesalahan yang dibuat saat persiapan pertunjukan dan langkah-langkah yang diambil untuk memperbaiki kesalahan tersebut;
- c. Aktor mungkin merasa perlu menunjukkan hanya produk akhir dan menyembunyikan proses produksinya;
- d. Aktor mungkin perlu menyembunyikan “kerja kotor” yang dilakukan untuk membuat produk akhir dari khalayak (kerja kotor itu mungkin meliputi tugas-tugas yang secara fisik kotor, semi legal dan menghinakan);
- e. Dalam melakukan pertunjukan tertentu, aktor mungkin harus mengabaikan standar lain, misalnya menyembunyikan hinaan, pelecehan, atau

perundungan yang dibuat sehingga pertunjukan dapat berlangsung.

D. Manajemen Impresi

Goffman mendefinisikan manajemen impresi sebagai tindakan menjaga munculnya hal-hal yang tidak diharapkan dan berujung pada rasa malu atau pertengkaran. Goffman (1959) memaparkan tindakan-tindakan yang dapat terjadi di luar rencana, yaitu :

- a. Gerakan yang tidak diniatkan (*unmeant gestures*), yaitu individu melakukan gerak-gerik yang tidak diniatkan sebelumnya dan akhirnya hal itu mendiskreditkan pertunjukannya, pertunjukan timnya dan pertunjukan yang dipentaskan oleh khalayaknya;
- b. Intrusi yang tidak pantas (*inopportune intrusions*), yaitu ketika audiens memasuki panggung belakang dan memergoki aktor dalam keadaan yang tidak selaras dengan kesan ketika di panggung depan;
- c. Kecerobohan (*faux pas*), yaitu informasi tentang masa lalu individu yang apabila orang lain mengetahuinya akan mengganggu dan melemahkan kesan yang ingin disampaikan melalui pertunjukan;
- d. Kejadian (*scenes*), yaitu individu melakukan sesuatu yang akan menghancurkan pertunjukan. Meskipun hal ini mungkin tidak disengaja, tetap saja akan menimbulkan konflik.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, yang menjadi subjek penelitian adalah penyiar program Jakarta Pagi Ini RRI PRO 2 Jakarta dan penyiar program *OZ Morning Show* OZ Radio Jakarta. Sedangkan objek penelitian penulis adalah program Jakarta Pagi Ini RRI PRO 2 Jakarta dan *OZ Morning Show* OZ Radio Jakarta.

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penggunaan berbagai metode ini dimaksudkan agar peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif (holistik) mengenai fenomena yang ia teliti. Sesuai dengan prinsip epistemologisnya, peneliti kualitatif lazim menelaah hal-hal yang berada dalam lingkungan alamiahnya, berusaha memahami, atau menafsirkan, fenomena berdasarkan makna-makna yang orang berikan pada hal tersebut (Mulyana, 2013).

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma interpretif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan observasi dan wawancara. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Dalam menganalisis data, penulis menggunakan model analisis Miles dan Huberman. Aktivitas dalam analisis data, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dramaturgi adalah sebuah teori dasar yang menjelaskan bagaimana individu tampil di dunia sosial. Dramaturgi mengibaratkan interaksi

manusia sebagai sebuah drama atau pertunjukan teater. Dalam hal ini, para aktor menampilkan pertunjukan yang berbeda-beda tergantung kepada siapa dan dimana ia berinteraksi. Di dalam teori Dramaturgi dijelaskan bagaimana aktor yang terlibat menampilkan pertunjukan yang berbeda-beda tergantung dengan siapa dan dimana ia berinteraksi.

Penyiar adalah contoh dari penerapan Dramaturgi. Dalam menjalani profesinya, ia dituntut untuk memberikan kesan yang sesuai dengan yang diinginkan pendengar dan yang ingin dibentuk oleh radio dimana tempat ia bekerja. Pertunjukan bagi seorang penyiar adalah saat siaran. Oleh karena itu, untuk mendukung pembentukan kesan penyiar, ia melakukan beberapa hal yang kemudian termasuk dalam elemen-elemen Dramaturgi. Elemen-elemen tersebut adalah Presentasi Diri, Manajemen Impresi, Panggung Depan, Panggung Belakang dan Team. Elemen tersebut saling berhubungan satu sama lain.

Tidak semua radio ingin menampilkan kesan yang sama. Kesan yang ingin ditampilkan tersebut disesuaikan dengan berbagai hal seperti, profil radio, segmentasi pendengar, konsep program acara dan minat pasar/pendengar. Setiap radio memiliki karakternya masing-masing. Ada radio yang mengusung konsep anak muda. Ada pula yang mengusung konsep sebagai radio perempuan modern. Ada juga yang menjadi radio khusus berita, radio yang mengangkat kebudayaan daerah, dan sebagainya.

Banyak radio yang mengusung konsep yang sejenis dengan radio lainnya. Misalnya, radio yang mengusung konsep anak muda tidak hanya satu atau dua radio saja, namun

ada banyak sekali. Walaupun demikian, kesan yang ingin ditampilkan dapat berbeda meskipun konsep radionya sama. Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis meneliti dua radio dengan konsep yang sama, yaitu anak muda. Penulis meneliti RRI PRO 2 Jakarta dan OZ Radio Jakarta. Lebih spesifik lagi, program acara radio yang penulis teliti adalah program *daypart* pagi yang merupakan program *prime time* dari kedua radio tersebut. Selain konsep radio dan *daypart* program, persamaan yang dapat dijadikan bahan perbandingan dari kedua radio tersebut adalah *breakdown* kedua program tersebut, segmentasi pendengar yang sama, jangkauan radionya sama yaitu JABODETABEK dan penyiar yang membawakan programnya 2 orang. Sedangkan perbedaannya adalah RRI PRO 2 Jakarta merupakan radio pemerintah dan OZ Radio Jakarta merupakan radio swasta. Dari banyaknya persamaan yang telah disebutkan sebelumnya, penulis mengkomparasi bagaimana pengelolaan kesan dari kedua radio tersebut untuk mengetahui perbedaan kesan yang ingin ditampilkan. Untuk mengkomparasinya, penulis menggunakan elemen-elemen dalam teori Dramaturgi.

a. Presentasi Diri

Atribut Simbol Presentasi Diri	Program Jakarta Pagi Ini RRI PRO 2 Jakarta	Program OZ Morning Show OZ Radio Jakarta
Atribut Penggunaan Bahasa dan Gaya Berbicara	Tidak SARA, tidak baku, tidak kasar, tidak menyebutkan <i>brand</i> , artikulasi dan intonasi jelas,	Tidak SARA, tidak baku, tidak provokatif, bahasa Indonesia-Inggris, pakem

	<i>power</i> suara <i>up</i>	bahasa mengobrol
Atribut Busana	Memakai seragam pegawai RRI dan <i>ID Card</i>	Bebas. Namun ketika ada bintang tamu, menggunakan pakaian rapi
Atribut Pengaturan Studio	Disesuaikan dengan penyiar	Disesuaikan dengan penyiar
Tolak Ukur Keberhasilan Menciptakan Kesan	1. <i>Feedback</i> dari pendengar di telepon, SMS dan media sosial	1. <i>Feedback</i> dari pendengar di telepon, SMS dan media sosial 2. Lembaga survei

Presentasi diri yang dilakukan penyiar program Jakarta Pagi Ini dan OZ *Morning Show* tidak jauh berbeda. Perbedaan terletak pada atribut simbol kedua yang digunakan penyiar untuk mempresentasikan dirinya, yaitu busana. Dalam atribut simbol ini terlihat perbedaan, yaitu penyiar Jakarta Pagi Ini diwajibkan menggunakan seragam pegawai RRI, sedangkan penyiar OZ *Morning Show* dibebaskan dalam hal berbusana, hanya saja ketika ada bintang tamu yang datang, mereka memakai busana yang lebih rapi untuk menciptakan kesan positif pada bintang tamu. Perbedaan ini timbul karena budaya perusahaan maupun profil radio masing-masing. RRI PRO 2 Jakarta merupakan radio pemerintah. Pada umumnya instansi pemerintah memiliki seragam yang digunakan pegawainya, termasuk RRI PRO 2 Jakarta. Di RRI, manajemen instansi mengatur seluruh pegawai, baik PNS maupun PBPNS (Pegawai Bukan PNS), memakai seragam. Senin sampai Jumat ada seragamnya dan Jumat memakai batik.

Oleh karena itu, seluruh penyiar RRI memakai seragam tersebut. Selain itu juga karena program Jakarta Pagi Ini memiliki segmen bintang tamu yang disiarkan secara *live streaming* di *channel Youtube "Video Corner RRI"* dan di-*relay* secara nasional di 60 stasiun RRI se-Indonesia. Oleh karena itu, penyiar harus tampil rapi di depan kamera. Sedangkan OZ Radio Jakarta adalah radio swasta. Meskipun tidak semua radio swasta membebaskan penyiarnya dalam hal berbusana. Contohnya, ada salah satu radio swasta di Jakarta yang memperbolehkan memakai kaos namun tidak boleh memakai celana pendek. Namun OZ Radio Jakarta membebaskan penyiarnya dalam berbusana, kecuali bila ada bintang tamu, penyiar harus mengenakan busana rapi dan sopan.

Keseluruhan atribut simbol tersebut digunakan penyiar untuk memperkuat identitas karakternya dan mengendalikan pemaknaan orang lain terhadap dirinya. Kemudian berhasil atau tidaknya cara penyiar menggunakan atribut simbol-simbol tersebut dapat dilihat dari tolak ukur yang ditetapkan masing-masing radio. Bagi program Jakarta Pagi Ini, yang menjadi tolak ukur adalah *feedback* dari pendengar di telepon, SMS dan media sosial. Hal ini berbeda sedikit dengan program OZ *Morning Show* yang mempunyai tolak ukur yaitu *feedback* dari pendengar di telepon, SMS dan media sosial dan lembaga survei.

b. Manajemen Impresi

Tindakan di Luar Rencana dalam Manajemen Impresi Dramaturgi	Program Jakarta Pagi Ini RRI PRO 2 Jakarta	Program OZ Morning Show OZ Radio Jakarta
<i>Unmeant Gestures</i>	Kesalahan pengucapan	Kesalahan pengucapan
<i>Inopportune Intrusions</i>	-	-
<i>Faux Pas</i>	-	Saat karakter asli dari penyiar yang melakukan gimik <i>personality</i> diketahui pendengar
<i>Scenes</i>	Kesalahan tidak membaca Daftar Acara Siaran	Kesalahan membawakan materi siaran, kesalahan membacakan informasi

Di dalam teori Dramaturgi, Goffman memaparkan tindakan-tindakan yang dapat terjadi di luar rencana. Yang pertama adalah *Unmeant Gestures*. *Unmeant Gestures* adalah individu melakukan gerak-gerik yang tidak diniatkan sebelumnya dan akhirnya hal itu mendiskreditkan pertunjukannya, pertunjukan timnya dan pertunjukan yang dipentaskan khalayaknya. Dalam hal ini, penyiar Jakarta Pagi Ini dan OZ *Morning Show* sama-sama pernah mengalami kesalahan pengucapan. Cara mengatasi kesalahan pengucapan adalah dengan meminta maaf kepada pendengar dan segera meralatnya.

Yang kedua adalah *Inopportunes Intrusions*, yaitu ketika

audiens memasuki panggung belakang dan memergoki aktor dalam keadaan yang tidak selaras dengan kesan ketika di panggung depan. Penyiar Jakarta Pagi Ini dan *OZ Morning Show* tidak pernah mengalami hal ini.

Yang ketiga adalah *Faux Pas*, yaitu informasi tentang masa lalu individu yang apabila orang lain mengetahuinya akan mengganggu dan melemahkan kesan yang ingin disampaikan melalui pertunjukan. Dalam hal ini, penyiar Jakarta Pagi Ini tidak mengalaminya karena tidak ada gimik *personality* yang diterapkan. Lain halnya dengan penyiar *OZ Morning Show* yang menerapkan gimik *personality*. Bila pendengar mengetahui informasi tentang diri penyiar tersebut di luar siaran maka akan melemahkan kesan yang dibentuk dengan gimik tersebut.

Tindakan-tindakan yang dapat terjadi di luar rencana lainnya yang Goffman paparkan adalah *Scenes*. *Scenes* adalah individu melakukan sesuatu yang akan menghancurkan pertunjukan. Meskipun hal ini mungkin tidak disengaja, tetap saja akan menimbulkan konflik. Hal tersebut sejalan dengan kesalahan penyiar Jakarta Pagi Ini yang pernah dilakukannya, yaitu membaca Daftar Acara Siaran (DAS). Bila penyiar radio tidak membaca DAS tersebut, maka akan berdampak pada ada lagu-lagu, iklan atau *fill* yang tidak terputar. Hal itu akan menghancurkan ‘pertunjukan’ dari penyiar radio itu sendiri. Oleh karena itu, cara mengatasinya adalah penyiar radio harus membaca DAS dengan baik. Sedangkan yang pernah dilakukan oleh penyiar *OZ Morning Show* adalah kesalahan membawakan materi siaran dan kesalahan menyampaikan informasi. Cara mengatasinya adalah meminta

maaf kepada pendengar dan segera meralat informasi tersebut.

c. Panggung Depan

Panggung Depan	Program Jakarta Pagi Ini RRI PRO 2 Jakarta	Program OZ Morning Show OZ Radio Jakarta
Setting	1. Saat siaran 2. Media sosial : membagikan topik siaran, <i>flyer</i> segmen bintang tamu, video dan foto segmen bintang tamu	1. Saat siaran 2. Media sosial : membagikan topik siaran, <i>flyer</i> segmen bintang tamu, video dan foto segmen bintang tamu, video parodi, <i>games</i> , poster film terbaru, info tentang musik, <i>event</i> dan tentang <i>lifestyle</i>
Personal Front	1. <i>Appearance</i> : <i>jokes</i> dan karakter penyiar yang tampak 2. <i>Manner</i> : Gimik saat membawakan topik siaran, interaksi dengan bintang tamu, interaksi dengan pendengar via telepon, SMS, Whatsapp dan media sosial	1. <i>Appearance</i> : <i>jokes</i> dan karakter penyiar yang tampak 2. <i>Manner</i> : Gimik <i>personality</i> penyiar, interaksi dengan bintang tamu, interaksi dengan pendengar via telepon, SMS, Whatsapp dan media sosial

Setting atau panggung depan penyiar radio adalah studio siaran ketika siaran dan media sosial. Pada panggung depan ini, penyiar radio harus mampu menyembunyikan kebiasaan-kebiasaan atau karakter mereka yang tidak sesuai apabila ditampilkan saat siaran. Penyiar radio dituntut tampil sempurna kepada pendengar karena pendengar sejatinya

tidak akan ingin tahu tentang apa yang sebenarnya terjadi pada panggung belakang penyiar radio. Hal tersebut sejalan dengan teori Dramaturgi dimana Erving Goffman menjelaskan bahwa pada panggung depan, aktor merasa perlu menunjukkan hanya produk akhir dan menyembunyikan proses produksinya.

Selain saat siaran, media sosialpun juga menjadi *setting* panggung depan bagi penyiar radio. Seiring dengan kemajuan teknologi, media sosialpun hadir dan begitu digandrungi oleh masyarakat. Media sosial seperti Instagram dan Twitter bermunculan. Media sosial tersebut dimanfaatkan oleh stasiun-stasiun radio sebagai ‘ladang’ promosi untuk menjalin *engagement* dengan pendengar. Akun media sosial mereka di-*setting* sedemikian rupa, mulai dari foto dan video yang dibagikan, info-info yang dibagikan, sampai struktur teks atau kalimat yang akan mereka *post*. Semua itu menjadi strategi stasiun-stasiun radio untuk membuat pendengar tertarik.

Pada bagian *setting*, seperti tabel di atas, terlihat perbedaan pada cara pemanfaatan media sosial oleh kedua program radio tersebut. Program Jakarta Pagi Ini menggunakan media sosial hanya untuk membagikan topik siaran dan dokumentasi saat segmen bintang tamu. Setiap harinya, program ini memang selalu menghadirkan bintang tamu, baik itu yang diundang ataupun mereka yang ingin promosi di program Jakarta Pagi Ini. Bintang tamu yang hadir hanya penyanyi/*band* saja. Kesan yang ingin ditampilkan di media sosial miliknya adalah bahwa program Jakarta Pagi Ini RRI PRO 2 Jakarta adalah program yang bagus dan layak untuk didengar karena mampu menghadirkan penyanyi/*band* setiap harinya.

Sedangkan program OZ *Morning Show* OZ Radio Jakarta juga memiliki segmen bintang tamu, namun tidak dirutinkan setiap hari. Bintang tamu yang hadir juga tidak hanya dari kalangan penyanyi/*band* saja, namun juga dari artis dan *public figure*. Meskipun begitu, untuk pemanfaatan media sosial OZ Radio Jakarta lebih efektif dan maksimal dibandingkan RRI PRO 2 Jakarta. Hal ini terlihat dari hasil unggahannya yang tidak hanya seputar kegiatan siaran. Video parodi, *games*, poster film terbaru, info tentang musik, *event* dan tentang *lifestyle* mereka unggah dengan template yang rapi di Instagram dan Twitter. *Feedback* yang datang pun akhirnya lebih banyak didapat oleh media sosial OZ Radio Jakarta daripada RRI PRO 2 Jakarta. Kesan yang ingin ditampilkan OZ Radio Jakarta dari media sosialnya, yaitu radio yang informatif, terkini dan bersahabat.

Appearance (penampilan) di panggung depan penyiar radio adalah ciri khusus penyiar yang tampak. Radio hanya mengusung unsur audio saja. Oleh karena itu, penampilan dari penyiar radio salah satunya dapat berupa *jokes* segar untuk menghibur pendengar. Seorang penyiar radio harus memiliki *sense of humor* agar pendengarnya tidak bosan. Begitu pula yang dimiliki oleh penyiar Jakarta Pagi Ini dan OZ *Morning Show*. Materi *jokes* itu dapat dipersiapkan terlebih dahulu sebelum siaran dan dapat pula dibuat secara spontan ketika sedang siaran. Walaupun begitu, penyiar juga harus menyaring dulu *jokes* tersebut sebelum disampaikan kepada pendengar agar jangan sampai menyinggung pihak-pihak tertentu. Penampilan dari penyiar radio juga bisa dilihat dari karakter yang tampak. Dalam hal ini, penyiar Jakarta Pagi Ini tidak ada masalah dalam ‘pertunjukkan’

dirinya di panggung depan. Mereka memiliki atribut presentasi diri seperti *tone* suara yang *up*, semangat menggebu-gebu, dll yang harus dimiliki oleh setiap penyiar program *daypart* pagi. Sedangkan penyiar OZ *Morning Show* memiliki kendala dalam ‘pertunjukkan’-nya karena *basic* yang dimilikinya adalah penyiar program *daypart* sore, yang dalam pembawaannya berbanding terbalik dengan penyiar program *daypart* pagi. Oleh karena itu, pengelolaan kesan yang dilakukan penyiar OZ *Morning Show* terasa kurang kuat.

Manner (gaya) di panggung depan penyiar radio adalah perilaku tertentu yang dilakukan oleh penyiar radio. Gaya tersebut dapat berupa aksi yang dilakukan penyiar ketika siaran ataupun yang dibagikan di media sosial. Aksi tersebut bisa merupakan gimik yang mereka lakukan agar membuat ‘pertunjukan’ penyiar radio lebih sempurna. Walaupun begitu, banyak pula aksi-aksi yang dilakukan secara natural. Gimik dilakukan oleh penyiar Jakarta Pagi Ini saat membawakan topik siaran. Sedangkan penyiar OZ Radio Jakarta melakukan gimik *personality* yang bertolak belakang dengan karakter asli penyiar untuk menghibur pendengar. Gaya selanjutnya yang dilakukan penyiar radio adalah bagaimana ia berinteraksi dengan pendengar dan bintang tamu. Di panggung depan, penyiar radio harus dapat membuat pendengar dan bintang tamunya merasa dihargai. Penyiar radio harus mampu membangun rasa *intimate* dengan pendengar dan bintang tamunya. Dengan begitu akan timbul kesan positif di benak mereka.

d. Panggung Belakang

Panggung Belakang	Program Jakarta Pagi Ini RRI PRO 2 Jakarta	Program OZ Morning Show OZ Radio Jakarta
Pertimbangan Pembuatan Program Acara Radio	1. Segmentasi pendengar radio 2. Permasalahan yang dimiliki oleh segmentasi pendengar	1. Segmentasi pendengar radio 2. Permasalahan yang dimiliki oleh segmentasi pendengar
Basic Penyiar	Pengelolaan kesan cenderung kuat karena memiliki <i>basic</i> penyiar <i>daypart</i> pagi	Pengelolaan kesan cenderung kurang kuat karena yang dimiliki <i>basic</i> penyiar <i>daypart</i> sore
Kebiasaan Penyiar saat Jeda Siaran	Mengobrol dengan <i>partner</i> siaran, mengulik informasi dari media sosial dan portal berita <i>online</i> , mengulik informasi tentang bintang tamu, istirahat makan dan minum	Mengobrol dengan <i>partner</i> siaran, mengulik informasi dari media sosial dan portal berita <i>online</i> , mengulik informasi tentang bintang tamu, istirahat makan dan minum
Penggunaan Naskah Siaran	Tidak menggunakan naskah, kecuali saat membacakan segmen <i>flash news</i>	Menggunakan naskah
Pemilihan Topik	Isu-isu anak muda, <i>entertainment</i> , musik, film,	Isu-isu anak muda, <i>entertainment</i> , musik, film,

	olahraga, edukasi, percintaan dan hal-hal lain yang sedang <i>trending</i>	olahraga, edukasi, percintaan dan hal-hal lain yang sedang <i>trending</i>
Karakter Peniar yang Disembunyikan	1. Emosional 2. Mudah tersulut	1. Sering berbicara kasar 2. Berwawasan luas dan seorang <i>influencer</i> (untuk gimik <i>personality</i>)

Berdasarkan tabel tersebut, unsur-unsur dalam panggung belakang peniar program Jakarta Pagi Ini dan OZ Morning Show memiliki persamaan dan perbedaan. Contoh persamaannya adalah dalam hal pertimbangan membuat program. Keduanya memiliki pertimbangan, yaitu segmentasi pendengar dan permasalahan yang dimiliki oleh pendengar tersebut. Dari permasalahan atau isu yang dimiliki itu dijadikan unsur-unsur dalam membuat program acara radio. Persamaan selanjutnya, yaitu dalam kebiasaan peniar saat jeda siaran dan pemilihan topik.

Perbedaan unsur panggung belakang dari peniar program Jakarta Pagi Ini dan OZ Morning Show yang pertama adalah mengenai *basic* yang dimiliki peniar. Peniar program Jakarta Pagi Ini memiliki *basic* peniar *daypart* pagi. Oleh karena itu, tidak ada masalah dalam pengelolaan kesan yang dilakukannya. Sedangkan peniar program OZ Morning Show memiliki *basic* sebagai peniar *daypart* sore sehingga hal ini berdampak pada kurang kuatnya pengelolaan kesan yang

dilakukannya di panggung depan. Perbedaan selanjutnya adalah penggunaan naskah siaran. Peniar program Jakarta Pagi Ini tidak menggunakan naskah siaran, kecuali saat segmen membacakan *flash news*. Sedangkan peniar OZ Morning Show masih menggunakan naskah siaran. Perbedaan yang terakhir, yaitu karakter yang disembunyikan oleh peniar. Di panggung belakang ini akan terlihat sifat atau karakter peniar itu yang sesungguhnya.

Peniar menyembunyikan sifat atau karakter tersebut dari pendengar apabila hal tersebut tidak sesuai untuk dipertunjukan saat siaran. Peniar program Jakarta Pagi Ini menyembunyikan karakter emosional dan mudah tersulut. Sedangkan peniar program OZ Morning Show menyembunyikan karakter sering berbicara kasar dan berwawasan luas sebagai *influencer* (untuk gimik *personality*). Peniar dari kedua radio tersebut sudah memiliki pengendalian diri terhadap sifat dan karakter itu sehingga tidak sampai terungkap di panggung depan.

e. Team

Team	Program Jakarta Pagi Ini RRI PRO 2 Jakarta	Program OZ Morning Show OZ Radio Jakarta
Team Program Acara	Peniar, produser, asisten produser, <i>gatekeeper</i> , teknisi	Peniar, produser, asisten produser, <i>gatekeeper</i> , teknisi, <i>social media</i>
Koordinasi dengan Team	1. Meeting 15 menit sebelum	1. Meeting H-1

	siaran 2. Komunikasi via Whatsapp	
Cara Membangun Rasa Keakraban dengan Team	Komunikasi saat siaran dan di luar siaran	Komunikasi saat siaran dan di luar siaran

Dari tabel tersebut, terlihat beberapa kesamaan antara unsur *team* program Jakarta Pagi Ini dan *OZ Morning Show*. Contohnya adalah *team* program acara yang dimiliki, yaitu penyiar, produser, asisten produser, *gatekeeper*, teknisi. Mereka merupakan *team* kerja dari suatu program acara radio. Perbedaannya, yaitu *team OZ Morning Show* menambahkan *team social media*.

Sebagai satu kesatuan pendukung suatu program acara radio, penyiar dan *team* dituntut untuk mampu bekerjasama dengan baik demi suksesnya program acara radio tersebut. Hal itu sejalan dengan elemen-elemen dasar dalam teori Dramaturgi bagian *Team* yang menjelaskan bahwa saat suatu *team* pertunjukan sedang berjalan, sesuatu dapat mengganggu atau menyimpang dari setiap anggota *team* pertunjukan itu. Setiap peserta *team* harus bergantung pada tindakan dan perilaku mitranya, sedangkan temannya harus bersikap demikian juga kepadanya. Kedua, bila para anggota *team* itu harus bekerja sama untuk mempertahankan suatu definisi atas situasi tertentu di hadapan penonton, para anggota *team* akan mengalami kesulitan untuk mempertahankan kesan tersebut. Oleh karena itu, para peserta *team*, sesuai dengan frekuensi mereka bertindak sebagai suatu *team* serta

sejumlah masalah yang berkaitan dengan upaya untuk mempertahankan kesan, cenderung diarahkan oleh ketentuan yang dinamakan kebiasaan.

Penerapan teori Dramaturgi bagian *Team* pada penyiar radio salah satunya adalah bagaimana penyiar tersebut melakukan koordinasi dengan *team* kerjanya. Untuk mempermudah komunikasi antara penyiar dan *team*, mereka membuat suatu kode-kode yang disepakati bersama yang akan digunakan ketika ‘pertunjukan’ sedang berlangsung. Hal tersebut akan menimbulkan rasa saling mengerti antara mereka dan akhirnya menyelamatkan ‘pertunjukan’ itu dari kegagalan. Koordinasi juga dapat berupa *meeting team*. *Meeting* dilakukan *team* program Jakarta Pagi Ini 15 menit sebelum siaran atau komunikasi via Whatsapp. Sedangkan *team OZ Morning Show meeting* H-1.

Kerjasama *team* adalah hal yang krusial dalam proses produksi suatu program acara radio. Penyiar dan *team* harus mampu menurunkan ego masing-masing dan mengesampingkan masalah pribadi. Mereka dituntut untuk profesional, memprioritaskan program acara, luwes dan mampu berbesar hati. Semua itu dilakukan secara kontinu. Bila kerjasama penyiar dan *team* program acara itu baik, maka upaya mempertahankan kesan yang ingin ditampilkan bukanlah sesuatu yang tidak mungkin.

Keakraban antara penyiar dan *team* dapat timbul dengan komunikasi yang intens. Dari komunikasi yang intens tersebut maka setiap individu akan mampu memahami individu lainnya. Rasa saling menghargai dan kesadaran bahwa dirinya tidak dapat bekerja sendiri harus ditumbuhkan dalam diri penyiar dan *team*. Hal-hal

itulah yang akan membentuk suasana keakraban dan kekeluargaan di lingkungan kerja, lalu akan berdampak pada produktivitas penyiar dan *team* yang meningkat.

PENUTUP

Berdasarkan penelitian tentang komparasi bentuk manajemen impresi pada penyiar program Jakarta Pagi Ini RRI PRO 2 Jakarta dan *OZ Morning Show* OZ Radio Jakarta, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Presentasi diri melalui atribut simbol penggunaan bahasa, gaya berbicara, busana yang dikenakan, pengaturan studio dan tolak ukur keberhasilan menciptakan kesan. Perbedaan hanya terletak pada atribut busana dan tolak ukur keberhasilan menciptakan kesan.
2. Panggung depan dimana penyiar radio melakukan 'pertunjukan'nya, pengelolaan kesan dari penyiar program Jakarta Pagi Ini lebih kuat karena memiliki *basic* penyiar *daypart* pagi. Sedangkan penyiar program *OZ Morning Show* sedikit terkendala dalam pengelolaan kesan karena penyiar tersebut memiliki *basic* sebagai penyiar *daypart* sore. Namun, pengelolaan kesan yang dilakukan di media sosial, *OZ Morning Show* justru lebih unggul karena hal-hal yang dibagikan di media sosial lebih banyak dan *feedback* dari pendengar di media sosial lebih banyak daripada yang didapat oleh media sosial Jakarta Pagi Ini RRI PRO 2 Jakarta. Kesan yang ingin ditampilkan oleh

program Jakarta Pagi Ini RRI PRO 2 Jakarta adalah menjadi radio untuk anak muda kreatif. Sedangkan kesan yang ingin ditampilkan oleh program *OZ Morning Show* OZ Radio Jakarta adalah menjadi radio yang informatif, terkini dan bersahabat untuk anak muda yang simpel.

3. Manajemen impresi untuk mengantisipasi kesalahan yang dilakukan penyiar. Kesalahan pengucapan, kesalahan teknis, kesalahan penyiar yang tidak membaca Daftar Acara Siaran (DAS) dan penyiar yang sedang sakit merupakan hal-hal yang dapat mengganggu jalannya siaran.
4. *Team* yang dimiliki penyiar adalah produser, *gatekeeper*, pengarah acara dan teknisi. Mereka merupakan *team* kerja dari suatu program acara radio.
5. Panggung belakang adalah tempat dimana penyiar radio dapat menjadi dirinya sendiri dan menunjukkan karakter aslinya. Penyiar dari kedua radio tersebut sudah memiliki pengendalian diri terhadap sifat dan karakter itu sehingga tidak sampai terungkap di panggung depan. Perbedaan antara penyiar kedua radio tersebut terletak pada *basic* penyiar dan penggunaan naskah siaran.

Dari keseluruhan komparasi elemen-elemen Dramaturgi pada penyiar tersebut, dapat dilihat bahwa 2 program radio dari 2 radio yang memiliki segmentasi pendengar, *daypart* dan *breakdown* program yang sama, dapat berbeda pengelolaan kesan yang

dilakukannya. Budaya kerja di RRI yang merupakan radio pemerintah mempengaruhi pembawaan penyiar ketika siaran menjadi lebih formal dibandingkan penyiar OZ Radio Jakarta yang notabene radio swasta. Adanya aturan-aturan baku di RRI juga mempengaruhi cara kerja penyiar beserta *team*. Di RRI, kegiatan siaran dilakukan sangat prosedural. SDM yang banyak dan fasilitas yang lebih lengkap yang dimiliki oleh RRI juga menguntungkan penyiarnya dalam siaran. Sedangkan penyiar OZ Radio Jakarta lebih luwes saat siaran. Tidak banyak aturan baku yang harus dilakukan saat siaran. Hal ini sangat menggambarkan jiwa anak muda yang luwes dan bebas yang merupakan segmentasi pendengar OZ Radio Jakarta. Namun kekurangannya terletak pada SDM yang dimiliki OZ Radio Jakarta yang akhirnya *team* kerjanya lebih sedikit dan menjadikan penyiar dengan *basic daypart* sore menjadi penyiar *daypart* pagi. Hal ini membuat pengelolaan kesan penyiar menjadi kurang kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, Onong Uchjana. 1991. *Radio Siaran Teori dan Praktek*. Bandung: Mandar Maju.
- Goffman, Erving. 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City, N.Y.: Doubleday Anchor.
- Masduki. 2004. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta: Pustaka Populer.
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola*

Radio dan Televisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Mulyana, Deddy. 2013. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. 2007. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Vardiansyah, Dani. 2005. *Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT INDEKS Kelompok GRAMEDIA.

(<http://www.nielsen.com/id/en.html>)
(diakses pada Rabu, 20 Maret 2019 pukul 14.00 WIB).