BAB II

PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

2.1 Aktifitas Praktek Kerja Lapangan

Penulis melaksanakan aktifitas Praktek Kerja Lapangan (PKL) di bagian *Producer*/ *Script Writer* PT. Radio Gema Dwipa Intinada (I-Radio Bandung) selama kurang lebih dua bulan. Banyak pengalaman dan pengetahuan baru yang didapatkan dalam melaksanakan aktifitas Praktek Kerja Lapangan (PKL), baik itu kegiatan rutin maupun kegiatan insidentil sehingga sangat bermanfaat untuk menambah wawasan bagi penulis.

Adapun daftar aktifitas yang dilakukan selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di bagian *Producer*/ *Script Writer* PT. Radio Gema Dwipa Intinada (I-Radio Bandung) adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1

Aktifitias Praktek Kerja Lapangan

No.	Hari/Tanggal	Aktivitas Kerja	Keterangan	
			Rutin	Insidentil
1	Rabu, 6 Juli 2011	• Perkenalan • Pengenalan alat kerja Radio		√ √
2	Kamis,	• Perkenalan Staf kerja		√

	7 Juli 2011	• Pengarahan tentang *Job Desk* tiap divisi		√
3	Jumat, 8 Juli 2011	• Mencari Materi-Materi Ringan • Pengarahan tentang proses *Broadcasting*		√ √
4	Senin, 11 Juli 2011	• Mencari materi untuk penulisan *Script* siaran • Membuat *Report* acara siaran • Pengarahan tentang melihat jumlah sms di meja kerja Operator Siaran • Pengarahan tentang penulisan *Script Broadcast*		√ √ √ √
5	Selasa, 12 Juli 2011	• *Producing* acara radio • Membuat *Script* acara 'Kokok Pagi' untuk	√ √	

		hari berikutnya		
6	Rabu, 13 Juli 2011	• *Producing* acara radio 'Kokok Pagi' • *Meeting* materi • Membuat *Script* acara 'Kokok Pagi' untuk hari berikutnya	√ √ √	
7	Kamis, 14 Juli 2011	• *Producing* acara radio 'Kokok Pagi' • Membuat *Script* acara 'Kokok Pagi' untuk hari berikutnya	√ √	
8	Jumat, 15 Juli 2011	• *Producing* acara radio 'Kokok Pagi' • Membuat *Script* acara 'Kokok Pagi' untuk hari berikutnya • Mengikuti kegiatan *Live Broadcast*	√ √	√
9	Senin, 18 Juli 2011	• *Producing* acara radio 'Kokok Pagi'	√	

		• Posting Facebook & Twitter • Membuat *Script* acara 'Kokok Pagi' untuk hari berikutnya	√	√
10	Selasa, 19 Juli 2011	• *Producing* acara radio 'Kokok Pagi' • Menyambut tamu/ klien & membuat pertanyaan untuk *interview* • Membuat *Script* acara 'Kokok Pagi' untuk hari berikutnya	√ √ √	
11	Rabu, 20 Juli 2011	• *Producing* acara radio 'Kokok Pagi' • *Meeting* materi • Membuat *Script* acara 'Kokok Pagi' untuk hari berikutnya	√ √ √	
12	Kamis,	• *Producing* acara radio	√	

	21 Juli 2011	‘Kokok Pagi’ • Membuat *Script* acara ‘Kokok Pagi’ untuk hari berikutnya	√	
13	Jumat, 22 Juli 2011	• *Producing* acara radio ‘Kokok Pagi’ • Membuat *Script* acara ‘Kokok Pagi’ untuk hari berikutnya	√ √	
14	Senin, 25 Juli 2011	• *Producing* acara radio ‘Kokok Pagi’ • Posting Facebook & Twitter • Membuat *Script* acara ‘Kokok Pagi’ untuk hari berikutnya	√ √	√
15	Selasa, 26 Juli 2011	• *Producing* acara radio ‘Kokok Pagi’ • Menyambut tamu/ klien & membuat pertanyaan untuk	√	√

		interview • Membuat *Script* acara 'Kokok Pagi' untuk hari berikutnya	√	
16	Rabu, 27 Juli 2011	• *Producing* acara radio 'Kokok Pagi' • *Meeting* materi tema bulan puasa • Membuat *Script* acara 'Kokok Pagi' untuk hari berikutnya	√ √ √	
17	Kamis, 28 Juli 2011	• *Producing* acara radio 'Kokok Pagi' • Menyambut tamu/ klien & membuat pertanyaan untuk *interview* • Membuat *Script* acara 'Kokok Pagi' untuk hari berikutnya	√ √ √	
18	Jumat,	• *Producing* acara radio	√	

	29 Juli 2011	‘Kokok Pagi’ • Menyambut tamu/ klien & membuat pertanyaan untuk *interview* • Membuat *Script* acara ‘Kokok Pagi’ untuk hari berikutnya	√ √	
19	Rabu, 10 Agustus 2011	• *Producing* acara radio ‘Kokok Pagi’ • Menyambut tamu/ klien & membuat pertanyaan untuk *interview* • *Meeting* materi • Membuat *Script* acara ‘Kokok Pagi’ untuk hari berikutnya	√ √ √ √	
20	Kamis, 11 Agustus 2011	• *Producing* acara radio ‘Kokok Pagi’ • Menyambut tamu/	√ √	

		klien & membuat pertanyaan untuk *interview* • Pengarahan tentang *copywriting* dan cara membuat *Adlibs*		√
21	Jumat, 12 Agustus 2011	• *Producing* acara radio 'Kokok Pagi' • Membuat *Script* • Mengikuti kegiatan kunjungan sebuah Event sebagi *Media Partner*	√ √	√
22	Senin, 15 Agustus 2011	• *Producing* acara radio 'Kokok Pagi' • Membuat *Script* acara 'Kokok Pagi' untuk hari berikutnya • Membuat *Adlibs*	√ √	√
23	Selasa, 16 Agustus 2011	• *Producing* acara radio 'Kokok Pagi'	√	

		• Posting Facebook & Twitter • Membuat *Script* dengan tema sekitar lebaran, sekitar 'Hari Kemerdekaan 17 agustusan' & Humor	√	√
24	Kamis, 18 Agustus 2011	• *Producing* acara radio 'Kokok Pagi' • *Meeting* materi • Membuat *Script* acara 'Kokok Pagi' untuk hari berikutnya	√ √ √	
25	Jumat, 19 Agustus 2011	• *Producing* acara radio 'Kokok Pagi' • Membuat *Script* acara 'Kokok Pagi' untuk hari berikutnya	√ √	
26	Senin, 22 Agustus 2011	• *Producing* acara radio 'Kokok Pagi' • Membuat *Script* acara	√ √	

		‘Kokok Pagi’ untuk hari berikutnya		
27	Selasa, 23 Agustus 2011	• *Producer* acara siaran ‘Kokok Pagi’ • Membuat *Script* acara ‘Kokok Pagi’ untuk hari berikutnya	√ √	
28	Rabu, 24 Agustus 2011	• *Producing* acara radio ‘Kokok Pagi’ • *Meeting* materi untuk 2 minggu kedepan • Membuat *Script* acara ‘Kokok Pagi’ untuk hari berikutnya	√ √ √	
29	Kamis, 25 Agustus 2011	• *Producing* acara radio ‘Kokok Pagi’ • Menyambut tamu/ klien & membuat pertanyaan untuk *interview* • Mengikuti proses	√ √	√

		berjalannya *Live* Report 'Info Mudik di Nagrek'		
30	Jumat, 26 Agustus 2011	• *Producing* acara radio 'Kokok Pagi' • Menyambut tamu/ klien & membuat pertanyaan untuk *interview* • Mengikuti kegiatan *Live Broadcast*	√ √	√

Sumber : Catatan Penulis, 2011

2.2 Deskripsi Kegiatan Rutin Selama Praktek Kerja Lapangan

Selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL), penulis diberikan kepercayaan untuk belajar dan mendapatkan pengalaman untuk menangani bagian Program *On Air*. Berikut penjelasan beberapa kegiatan yang bersifat rutin selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL), diantaranya :

2.2.1 *Producing* Acara Radio

Kesuksesan sebuah acara radio juga ditentukan oleh *producer* yang handal. Seorang *producer* acara mengatur segalanya. Mulai dari mengarahkan penyiar hingga mengatur narasumber.

Banyak acara radio yang sukses karena memiliki produser yang memahami apa yang harus dilakukannya, *producer* memiliki wewenang managerial yang tidak jauh berbeda dengan seorang *Program Coordinator*. Sehingga bisa dikatakan, seorang produser adalah kepanjangan tangan dari *Program Coordinator* yang bertanggung jawab atas sukses atau tidaknya sebuah acara.

Melihat besarnya tanggung jawab seorang produser, maka dia harus berupaya agar tidak ada kesalahan yang terjadi pada saat siaran berlangsung. Untuk itu, produser dituntut memiliki kepekaan sejak persiapan hingga eksekusi acara.

Tugas-Tugas Produser sebagai berikut:

- **Sebelum *On Air***

Memastikan tersedianya materi siaran mulai dari materi kata, rundown acara, rencana acara, iklan, lagu, hingga berbagai kelengkapan siaran, termasuk materi pertanyaan jika didalam acara ada sesi tanya jawab dengan narasumber atau talk show.

Memastikan kreatif acara siap dieksekusi dan akan berjalan sesuai rencana. Membuat berbagai alternatif jika dalam proses siaran terjadi hal-hal yang tidak sesuai dengan rencana. Serta, melakukan *briefing* kepada siapa saja yang berkaitan dengan siaran, seperti operator, penyiar hingga narasumber atau pihak ketiga yang terlibat dalam siaran.

Gambar 2.1

Kegiatan Broadcasting di I-Radio Bandung



Sumber : Dokumentasi Penulis, 2011

- **Saat *On Air***

Mendampingi penyiar sebagai Pengawas agar penyiar terhindar dari kesalahan. Menjadi pemandu acara, pengarah acara, penata acara hingga sutradara yang selalu mengarahkan jalannya

siaran seperti kapan penyiar bertanya, kapan narasumber berhenti bicara, kapan menerima telpon pendengar dan lain sebagainya. Memantau jalannya rundown siaran dari menit ke menit. Memberikan keputusan jika menghadapi kesulitan yang tidak terpecahkan, dan harus segera berkomunikasi dengan *Program Coordinator*. Menjadi mediator antara *crew* di luar ruang siaran seperti *Gate Keeper*, *Program Coordinator* dengan *crew* yang ada di ruang siaran. Memantau kualitas acara dan audio. Serta, memastikan siaran direkam sebagai arsip atau bukti siaran bila diperlukan.

Gambar 2.2

Pemberitahuan *Rundown* Acara di Ruang Operator Siaran



Sumber : Dokumentasi Penulis, 2011

- **Sesudah *On Air***

Menyampaikan *report* kepada *Program Coordinator*. Melakukan evaluasi bersama dengan *crew* yang terkait untuk dipresentasikan ke *Program Coordinator*. Bersama dengan *Program Coordinator* mencari jalan terbaik untuk mengantisipasi agar kesalahan yang sama tidak terjadi lagi dan kualitas acara bisa semakin membaik melakukan sharing dengan crew yang terkait, mengenai hasil diskusi dengan *Program Coordinator* menampung dan mengkoordinir masukan, ide kreatif dari crew terkait untuk acara mendatang.

Inilah contoh dari *report* yang dibuat sesudah *On Air :*

Gambar 2.3
Contoh *Report*

Report: Selasa, 2 08 11

Kokok Pagi

6 - 7 : Ajak SMS request lagu bebas + Ngebangunin / dan nama dan nomer telepon siapa yang anda bangunkan pagi ini //

7 - 8 : Topik ajak I-Listeners SMS untuk menjawab pertanyaan dari Urban / pertanyaan: kalau hari ini hari biasa (bukan bulan puasa) / jam segini lagi ngapain sih?? //

8 - 9 : Dukung Lagu ajak I-Listeners SMS untuk dukung salah satu lagu dari 3 pilihan lagu yang sudah dipilih / beserta alasan mengapa memelih lagu tersebut //

9 - 10 : Ragaji Ajaib ajak I-Listeners SMS untuk menjawab kata-kata yang hilang dalam lagu / Lagunya: Ungu - andai kutahu (edited) /
jawaban: 1. Ajalku / 2. nyawaku / 3. Dosa-dosaku

Produser : Ardi
Interview :
Penyiar : A Roni, A Wanda, A Elmi
Jumlah SMS : 187
Kendala : - Di awal, penyiar masih terlihat masih agak lesu - khususnya A Wanda, kurang all out
kelebihannya : - '8 - 9' performa penyiar mulai naik dengan topik yang disiapkan
- '9 - 10' format ini cukup menghibur, dan bentuk dari lagu yg di edit nya pun menghibur dengan sistem mix max dengan lagu lain

Sumber : PT. Radio Gema Dwipa Intinada, 2011

2.2.2 *Script Writing*

Suatu kegiatan mempersiapkan dan menulis naskah untuk keperluan siaran sesuai dengan kebutuhan dari format acara. Selain mempersiapkan naskah siaran, seorang *script writer* mencari sumber berita dan narasumber yang dianggap perlu untuk dijadikan bahan pembuatan naskah. Dalam proses pembuatannya seorang *script writer* wajib mengikuti meeting mingguan yang diadakan Divisi Program.

Script writer atau penulis naskah siaran harus berfikir kreatif berdasarkan pengalaman sehari-hari. Dalam menulis naskah, penulis menggunakan dua sumber dalam proses berfikir kreatif, yakni sumber faktual dan sumber imajinatif. Sumber faktual didapatkan dari data-data dan informasi berdasarkan fakta serta pengalaman.

Sedangkan sumber imajinatif didapatkan, dengan cara mengeksploitasi imajinasi untuk mengeluarkan ide-ide yang menarik dan kreatif. Ide dan kreatif sering terinspirasi dari kehidupannya sehari-hari. Dari candaan maupun obrolan bersama rekan-rekan penyiar atau pun operator yang kocak.

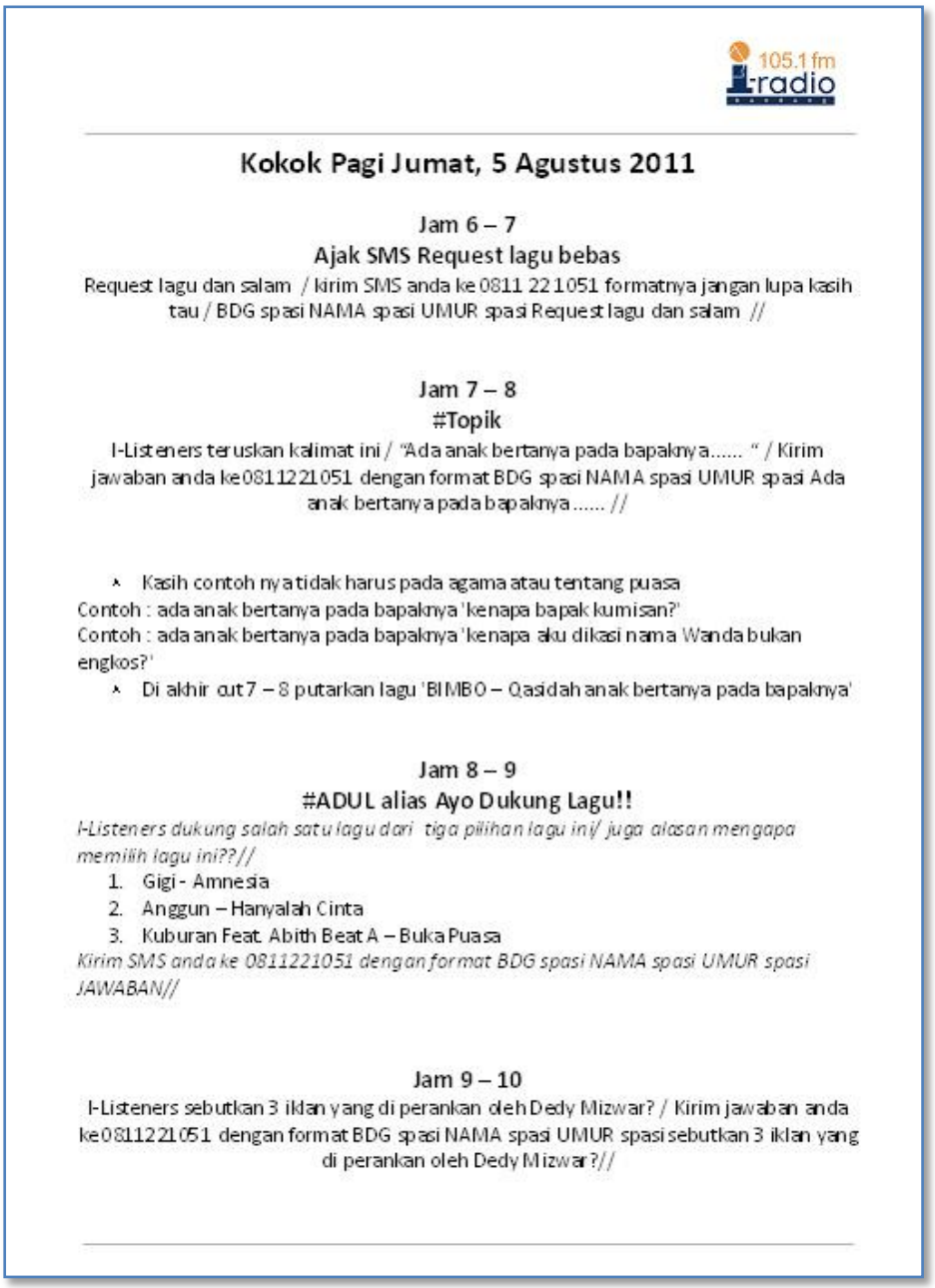
Penulis naskah siaran, biasanya memiliki ‘ide cadangan’. Ide-ide yang muncul dalam penulisan naskah iklan biasanya lebih sering muncul secara spontan, sehingga sering muncul kata-kata atau kalimat-kalimat yang menarik. Pemakaian sumber faktual dan

sumber imajinatif dilakukan karena dalam penulisan naskah sumber ini sangat diperlukan.

Berikut contoh *script* yg telah dibuat oleh penulis :

Gambar 2.4

Contoh Script "Kokok Pagi"



105.1 fm I-radio

Kokok Pagi Jumat, 5 Agustus 2011

Jam 6 – 7

Ajak SMS Request lagu bebas

Request lagu dan salam / kirim SMS anda ke 0811 221051 formatnya jangan lupa kasih tau / BDG spasi NAMA spasi UMUR spasi Request lagu dan salam //

Jam 7 – 8

#Topik

I-Listeners teruskan kalimat ini / "Ada anak bertanya pada bapaknya..... " / Kirim jawaban anda ke 0811221051 dengan format BDG spasi NAMA spasi UMUR spasi Ada anak bertanya pada bapaknya ..... //

- Kasih contoh nya tidak harus pada agama atau tentang puasa

Contoh : ada anak bertanya pada bapaknya 'kenapa bapak kumisan?'
Contoh : ada anak bertanya pada bapaknya 'kenapa aku dikasi nama Wanda bukan engkos?'

- Di akhir out 7 – 8 putarkan lagu 'BIMBO – Qasidah anak bertanya pada bapaknya'

Jam 8 – 9

#ADUL alias Ayo Dukung Lagu!!

I-Listeners dukung salah satu lagu dari tiga pilihan lagu ini/ juga alasan mengapa memilih lagu ini??//

1. Gigi - Amnesia
2. Anggun – Hanyalah Cinta
3. Kuburan Feat. Abith Beat A – Buka Puasa

Kirim SMS anda ke 0811221051 dengan format BDG spasi NAMA spasi UMUR spasi JAWABAN//

Jam 9 – 10

I-Listeners sebutkan 3 iklan yang di perankan oleh Dedy Mizwar? / Kirim jawaban anda ke 0811221051 dengan format BDG spasi NAMA spasi UMUR spasi sebutkan 3 iklan yang di perankan oleh Dedy Mizwar?//

Sumber : PT. Radio Gema Dwipa Intinada, 2011

2.3 Deskripsi Kegiatan Insidentil Selama Praktek Kerja Lapangan

2.3.1 *Copywriting* Iklan

Kegiatan penulisan naskah iklan yang berbentuk karangan dan dibuat semenarik mungkin dengan tujuan mengingatkan kepada para pendengar.

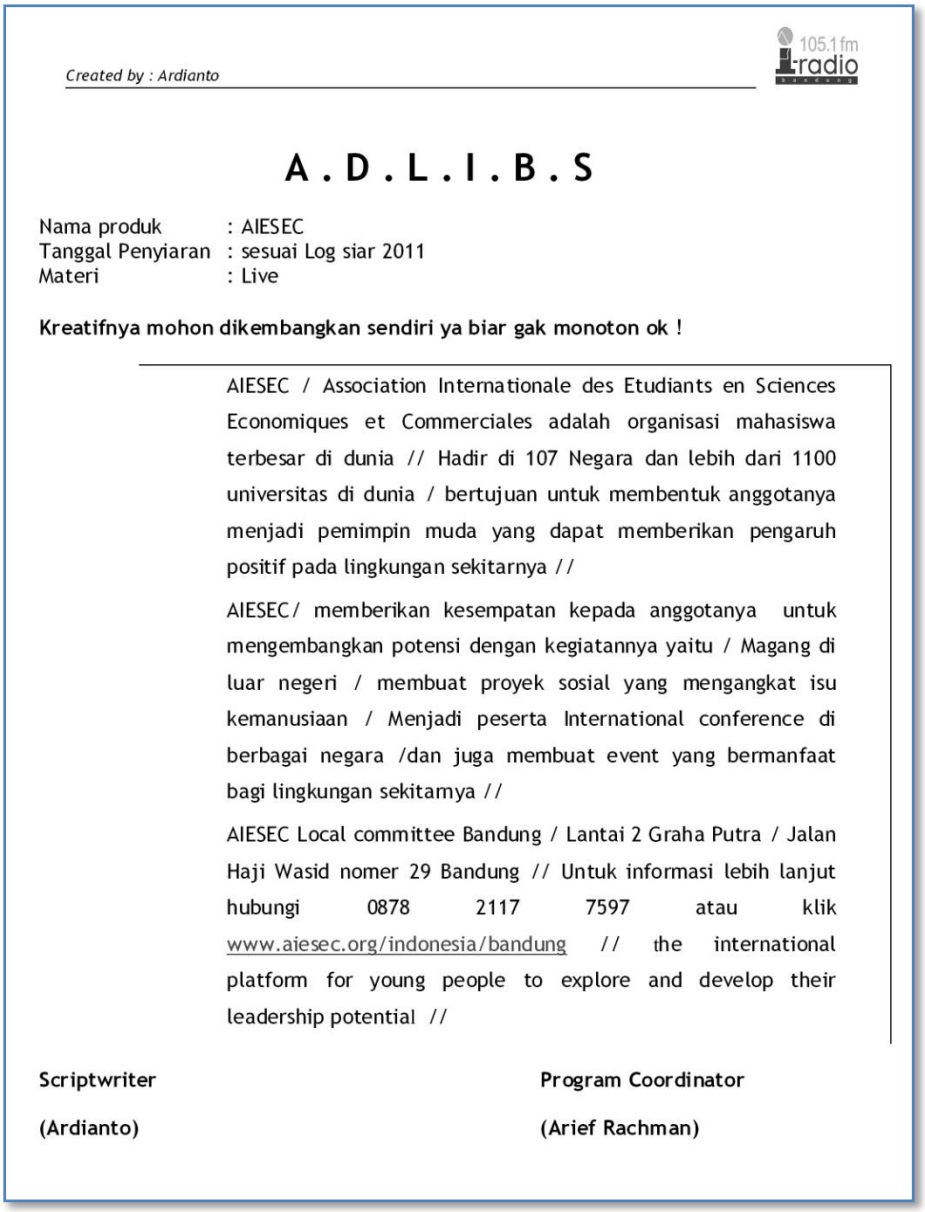
penulisan naskah iklan radio mempunyai beberapa tipe *copywriting* iklan contohnya :

a. **Naskah iklan yang langsung dibacakan oleh penyiar radio atau biasa disebut *Adlibs*.** Naskah iklan *adlibs* bisa dipergunakan untuk berbagai macam iklan, termasuk iklan produk, jasa, maupun *event.*

   Berikut tampilan *Adlibs* yang dibuat di perusahaan tempat Penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) :

Gambar 2.5

Contoh *Adlibs* I-Radio Bandung



Created by : Ardianto

105.1 fm I-radio

A . D . L . I . B . S

Nama produk : AIESEC
Tanggal Penyiaran : sesuai Log siar 2011
Materi : Live

Kreatifnya mohon dikembangkan sendiri ya biar gak monoton ok !

AIESEC / Association Internationale des Etudiants en Sciences Economiques et Commerciales adalah organisasi mahasiswa terbesar di dunia // Hadir di 107 Negara dan lebih dari 1100 universitas di dunia / bertujuan untuk membentuk anggotanya menjadi pemimpin muda yang dapat memberikan pengaruh positif pada lingkungan sekitarnya //

AIESEC/ memberikan kesempatan kepada anggotanya untuk mengembangkan potensi dengan kegiatannya yaitu / Magang di luar negeri / membuat proyek sosial yang mengangkat isu kemanusiaan / Menjadi peserta International conference di berbagai negara /dan juga membuat event yang bermanfaat bagi lingkungan sekitarnya //

AIESEC Local committee Bandung / Lantai 2 Graha Putra / Jalan Haji Wasid nomer 29 Bandung // Untuk informasi lebih lanjut hubungi 0878 2117 7597 atau klik www.aiesec.org/indonesia/bandung // the international platform for young people to explore and develop their leadership potential //

Scriptwriter **Program Coordinator**

(Ardianto) **(Arief Rachman)**

Sumber : PT. Radio Gema Dwipa Intinada, 2011

b. ***Recorded Adlibs***, sama seperti di atas, namun perbedaannya pada *recorded adlibs* pembacaan iklan oleh penyiar telah

direkam terlebih dahulu sebelum disiarkan untuk keperluan di waktu lain.

c. **Bentuk naskah iklan yang berusaha menjual dengan keras**. Biasanya naskah iklan bertipe ini digunakan dalam *spot* iklan. Pada tipe *copywriting* ini juga bisa digunakan untuk berbagai macam iklan, termasuk iklan produk, jasa, maupun *event.*

d. **Naskah iklan yang berbentuk humor.** Dalam beberapa iklannya, I-Radio Bandung juga memiliki sejumlah iklan yang berbentuk humor. Biasanya dipakai untuk jenis *spot* iklan.

   Berikut contoh *Spot* yang dibuat oleh penulis selama melakukan (PKL) di I-Radio Bandung :

Gambar 2.6

Contoh *Spot* I-Radio Bandung

Created by : Ardianto

105.1 fm I-radio

RADIO SCRIPT

TO	**Karang Setra Hotel Bandung**
FROM	**I Radio Bandung**
DATE	**Agustus 2011**
DURATION	**60"**

Karang Setra Hotel Bandung

CODE	DESCRIPTION	REMARKS
		Suasana Stasion KA
FVO1	hey jow!!//	*Logat jakarta*
FVO2	weyy broder!!/ akhirnya ka bandung oge geuning kau//	*Logat Sunda*
FVO1	haha iyaa nih jow/ lagi pengen jalan-jalan nih di bandung mumpung liburan//	
FVO2	wehhh asyik dong.../ eh! emang ntar mau nginep di mana broder??/	
FVO1	itu dia joww sekarang sambil jalan-jalan/ gw sekalian mau nyari tempat penginapan juga nih../ pengennya sih selain tempat penginapannya yang ok fasilitas nya tapi juga suasananya segar dan asri/	
		FX Ufo!!
MV01	Ga usah bingung!/ Karang Setra Hotel bandung/ sebuah hotel berbintang 3 kini telah hadir di Bandung/ mengusung konsep modern yang dikombinasikan dengan sentuhan alam nan hijau// Letak yang sangat strategis di pusat perbelanjaan kota Bandung// Hotel bintang 3 ini menawarkan sebuah konsep baru/ dengan fasilitas kelas satu seperti/ Restoran Sunda Saung Bale Kambang/ Teratai Coffee Shop/ Kolam Renang/ Karaoke/ Spa/ Meeting/ Function Room/ dan fasilitas lebih dari 60 kamar dan 10 cottage eksklusif untuk memenuhi kebutuhan Anda ketika tinggal dan berlibur di Bandung// Karang Setra Hotel/ Jalan Bungur Nomer 2 Sukajadi/ Bandung// Untuk informasi lebih lanjut hubungi 022 - 2031 900 atau klik www.karangsetrahotelbandung.com "We Treat You Best.."	*Di Baca Jelas*
FVO2	Nah kalo penuh hotelnya gimana broder??//	
FVO1	Yaa.. gw ikut numpang tinggal di rumah elo dulu yaa//	
		Zong!!!!

Scriptwriter **Program Coordinator**

(Ardianto) **(Arief Rachman)**

Sumber : PT. Radio Gema Dwipa Intinada, 2011

2.3.2 Mengikuti Kegiatan *Live Broadcast*

Kegiatan *Broadcasting* tidak hanya dilakukan di dalam studio tetapi dilakukan di luar studio juga seperti contohnya *Live Broadcast*. *Live Broadcast* berhubungan dengan klien yang menjadi media partner dalam suatu *event* atau dalam suatu momen yang layak untuk di reportase, sehingga timbal balik yang dilakukan radio adalah dengan mengadakan *Live Broadcast* sebagai kegiatan promosi dalam *event* atau memberikan suatu informasi secara faktual kepada pendengar.

Contoh dari kegiatan *Live Broadcast* adalah *interview* kepada pihak yang terkait disaat event/ momen sedang berlangsung, menginformasikan/ mempromosikan kepada para pendengar mengenai event/momen tersebut.

Berikut dokumentasi penulis saat mengikuti berbagai kegiatan *Live Broadcast* PT. Radio Gema Dwipa Intinada (I-Radio Bandung) :

Gambar 2.7

Kegiatan *Live Report* 'Info Mudik' di Nagrek



Sumber : Dokumentasi Penulis, 2011

Gambar 2.8

Spanduk Acara *Live Broadcast* di Hotel Ternama



Sumber : Dokumentasi Penulis, 2011

Gambar 2.9

Kegiatan *Live Broadcast* di Event Hotel Ternama



Sumber : Dokumentasi Penulis, 2011

2.4 Deskripsi Kajian Ilmu Komunikasi

Komunikasi adalah suatu penyampaian pesan yang di berikan oleh komunikator ke komunikan. Istilah Komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna. Misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan. Kesamaan mankna yang di pergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna.

Akan tetapi, pengertian komunikasi yang di paparkan di atas sifatnya dasariah, dalam arti kata bahwa komunikasi itu minimal harus mengandung kesamaan makna antara dua belah pihak yang terlibat.

Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi tidak hanya *informative*, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga *persuasive*, yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan, dan lain-lain.

Menurut Carl I Hovland Ilmu komunikasi adalah " Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap."*(Hovland dalam buku Effendi 1990 : 10)*"

Definisi Hovland di atas menunjukan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*public opinion*) dan sikap publik (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Hovland mengatakan bahwa *komunikasi proses mengubah prilaku orang lain (communication is the prosess to modify the behavior of other individuals)*.

Pada kegiatan PKL di perusahan radio seperti PT,Radio Gema Dwipa Intinada (I-Radio Bandung) lebih mengutamakan bagaimana seorang penyiar atau komunikator menyampaikan pesan kepada pendengar atau komunikan sehingga pesan yang di sampaikan menarik dan tidak bosan untuk di dengar.

Dalam hal ini penulis harus mengutamakan bahasa yang tepat untuk di sampaikan kepada pendengar atau komunikan sehingga bahasa yang di sampaikan tidak membosankan.

Ada suatu paradigma yang di temukan oleh Harold Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut :

'Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?'

Paradigma Lasswell di atas menunjukan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang di ajukan itu, yakni:

1. Komunikator (*communicator, source, sender*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*channel, media*)
4. Komunikan (*communicant, communicatee, receiver, recipient*)
5. Efek (*effect, impact, influence*)

Berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pemikiran bisa berupa gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya.

Sehingga dalam pengerjaannya penulis harus benar-benar tepat dalam menyampaikan suatu pesan dengan kemasan yang menarik sehingga seorang komunikan atau pendengar akan betah dan tidak memindahkan saluran frekuensi radionya ke frekuensi yang lain. Itulah yang membuat seorang *script writer* di tuntut untuk lebih kreatif karena dia berada di belakang seorang penyiar dan membuat suatu acara atau pun iklan yang menarik untuk di dengar.

2.5 Analisis Kegiatan Selama PKL

Selama melakukan Praktek Kerja Lapangan di radio 105.1 FM I-Radio Bandung, penulis ditempatkan di bagian *Producer/Creative Assistant* yang di mana salah satu tugas rutinnya adalah *script writing* untuk program acara radio di pagi hari.

Penulis mengetahui bahwa tugas seorang *script writer* sebagai berikut :

- Memilih dan Menyaring Informasi.

  Dalam hal ini berkaitan dengan menyesuaikan *script* yang ditulis dengan segmen pendengar.

- Menyederhanakan Hal Rumit.

  Radio merupakan sarana informasi yang cepat dan mudah. Karena itu, penulis membuat *script* dengan mengikuti sifat radio itu sendiri yaitu *to the point*, dan membuat *script* dengan bahasa yang mudah dipahami oleh pendengar.

- Menulis Dengan Netral.

  Seorang *script writer* harus dapat menempatkan diri pada posisi netral dan objektif, terutama ketika menulis berita-berita yang sedang aktual.

Melalui kegiatan Praktek Kerja Lapangan penulis juga mengetahui bahwa radio merupakan media auditif yang bersifat atraktif. Jadi apa yang dilakukan radio ialah memperdengarkan suara manusia untuk mengutarakan sesuatu. Karena radio memiliki karakteristik khusus, maka radio pun memiliki kekuatannya sendiri yaitu sebagai berikut:

- Daya Langsung.

  Daya langsung penyampaian dalam siaran radio yang relatif cepat

- Daya Tembus.

  Daya tembus jarak dalam menjangkau khalayak yang lebih luas, dan dapat menembus khalayak yang tidak dapat membaca.

- Daya Tarik.

  Daya tarik dari suara atau kata-kata penyiar yang bagus sehingga membawa dampak rangsangan imajinasi, dan daya tarik dari dialog yang diselingi dengan musik.

Adapun karakteristik Radio adalah sebagai berikut :

1. Auditori, media audio/media dengar.
2. Imajinatif, merangsang imajinasi pendengarnya.
3. Akrab, penyiar seolah-olah berada di dekat kita/berbicara dengan kita.
4. Gaya percakapan, karena akrab dan intim maka gaya percakapan gaul,

Lugas.

5. Aktualitasnya tinggi, ketika peristiwa terjadi dapat langsung disiarkan dan interaktif.
6. Sifatnya santai, karena pengaruh gaya bahasa.
7. Praktis, dari segi fisik kecil.
8. Fleksibel, isi dari siaran dapat membicarakan apa saja.
9. Tidak terdokumentasi karena tidak ada gambar.
10. Sulit untuk menyampaikan hal-hal yang sifatnya komplek karena dibatasi durasi waktu sehingga yang disampaikan adalah hal-hal yang ringan.
11. Audiens heterogen, berbagai macam latar belakang pendengarnya.

Dengan melihat karakteristik radio di atas, maka *script* untuk radio pun menyesuaikan dengan karakteristik radio tersebut. Misalnya saja *script* di radio 105.1 FM I-Radio Bandung, gaya penulisan *script* nya haruslah komunikatif dan interaktif dengan segmen pendengarnya. Seperti halnya *script* radio pada umumnya yang santai dan cenderung membahas masalah-masalah ringan namun tetap aktual, I-Radio Bandung pun memiliki karakteristik tersebut. Akan tetapi, karena segmen pendengarnya adalah laki-laki dan perempuan yang matang, berjiwa muda, aktif, penuh semangat, dan selalu mencari tanggal up terbaru dalam informasi, maka *script* yang disajikan pun ringan, tetapi tetap berbobot, santai dan komunikatif.

Begitu pula dalam konten atau isi dari *script* yang hendak disiarkan. Semua rubrik atau mata acara yang terdapat di radio 105.1 FM I-Radio Bandung lebih mengacu pada segmen pendengarnya. Tidak hanya berisi masalah-masalah seperti yang disajikan oleh radio bersegmen pendengar remaja tetapi juga masalah-masalah yang bersegmen dewasa yang dikemas tidak terlalu berat.

Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan, penulisan *script* pada radio lebih tergantung pada segmen pendengar yang dipilih radio tersebut dan karakteristik radio tersebut. Hal ini disebabkan karena radio adalah media fleksibel yang dapat melihat kebutuhan dengan cepat. Namun ada hal yang lebih penting lagi bahwa *script* radio sebagaimana teks berita haruslah memberi informasi. Karena, dengan melihat fungsi radio itu sendiri sebagai salah satu sarana media komunikasi. Jadi, dalam penulisan *script* pun tidak boleh melupakan unsur 5W+1H (what, when, where, why, who dan how) walaupun tidak harus beraturan.

Selain *script* untuk menu acara rutin, Penulis juga membuat *Adlibs* atau iklan yang disiarkan oleh radio. Cara penulisannya pun tentu berbeda dengan *script* biasa. Secara teknis penulisan *adlibs* sama dengan *script* biasa yaitu memakai garis miring atau *slash* { / }, tetapi perbedaannya pada gaya bahasa tulisannya. Dalam pembuatan *Adlibs* lebih pada bagaimana meringkaskan isi iklan dari klien yang memudahkan penyiar untuk mengeksplorasi ketika membacakan iklan tersebut, jelasnya, tidak monoton dan tetap harus menarik.

Script iklan radio bentuknya seperti menulis naskah sandiwara atau *screenplay*. *Script* ditulis dengan bahasa lisan atau percakapan. Jadi tidak terlalu dramatikal, kecuali untuk lucu-lucuan. Dalam hal ini, bahasa lebih penting dari pada tata bahasa. Tentu saja dengan siapa kita berbicara atau siapa target audience kita, jangan pernah dilupakan.

Iklan di radio mempunyai bahasa, batasan waktu, dan peristilahan yang khusus. *Script* iklan radio menggunakan kode tertentu yg diketahui secara umum oleh kalangan periklanan. Waktu untuk iklan radio pun dibatasi oleh durasi, dan di hitung berdasarkan detik atau menit.

Dan khusus untuk membuat *script* program atau iklan radio supaya lebih menarik, tidak datar, dan tidak membosankan, dalam pembuatannya selalu menyelipkan semacam ucapan atau kata-kata pemancing perhatian di akhir dialog.

2.6 Analisis Pelayana Perusahaan terhadap mahasiswa PKL

Pada saat mengajukan proposal Praktek Kerja Lapangan, penulis diterima dengan baik oleh PT. Radio Gema Dwipa Intinada (I-Radio Bandung). Begitu pula ketika penulis ditempatkan di bagian *Producer/ Script Writer*. *Program Director* dan para staf bagian lainnya menyambut dengan baik, ramah, dan penuh kehangatan.

Ketika penulis memasuki kawasan PT. Radio Gema Dwipa Intinada (I-Radio Bandung) untuk menyerahkan Proposal Praktek Kerja Lapangan, penulis harus memberi tahu terlebih dahulu kepada bagian *recepcionist*. Peraturan ini berlaku bagi siapa pun yang ingin memasuki

area radio, kecuali pegawai PT. Radio Gema Dwipa Intinada (I-Radio Bandung).

Awalnya, penulis tidak langsung diterima untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan, tetapi harus menunggu sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan oleh pihak perusahaan.

Setelah diterima untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan, penulis akhirnya melakukan beberapa kegiatan atau aktifitas Praktek Kerja Lapangan yang ditempatkan di bagian *Producer/ Script Writer*.

Hari pertama melaksanakan Praktek Kerja, penulis disambut dengan hangat oleh *Program Director* sekaligus pembimbing penulis. Dalam melaksanakan kegiatannya, penulis diwajibkan untuk mengenakan pakaian rapi dan celana panjang yang pantas. Selain itu, penulis diharuskan mengenakan tanda pengenal mahasiswa yang melakukan Praktek Kerja Lapangan di PT. Radio Gema Dwipa Intinada (I-Radio Bandung) dan khusus untuk hari senin seluruh staf wajib menggunakan pakaian batik. Hal ini sudah menjadi ketentuan dari pihak perusahaan.

Setiap harinya, penulis melakukan beberapa kegiatan *Producer/ Script Writer* yang telah diarahkan oleh pembimbing sangat jelas sehingga penulis cepat menerima dan mengerjakan tugas yang telah diberikan.

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan dimulai dari pukul 07.00-15.00 WIB. Pihak perusahaan memberikan waktu istirahat kepada mahasiswa yang sedang melaksanakan Praktek Kerja Lapangan, disamakan dengan

pegawai yang bekerja di sana, yaitu selama satu jam dari pukul 12.00-13.00 WIB.

Banyak sekali diskusi-diskusi yang diberikan pihak perusahaan secara insidental atau di sengaja kepada penulis selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan. Seperti, penulis diminta ide nya tentang apa saja bahan-bahan yang mau di On-Air kan atau bahkan diskusi tentang keseharian, berita-berita yang terjadi pada hari itu, dan hal apapun yang selalu bisa untuk di diskusikan setiap waktunya berkaitan tentang radio.

Selain itu juga, selama melaksanakan kegiatan-kegiatan *Producer/ Script Writer,* penulis diharuskan membawa *note book*, pena, untuk menunjang kegiatan yang dilakukan.

Penulis sangat dilibatkan dalam segala kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh pihak perusahaan. Hal ini menjadikan penulis menambah wawasan dalam keilmuan komunikasi khususnya tentang *broadcasting*. Selain itu, menambah pengalaman dengan dilibatkannya penulis pada berbagai kegiatan yang diselenggarakan.

Hingga pada akhirnya penulis selesai melaksanakan Praktek Kerja Lapangan pun, pihak perusahaan memberikan kenang-kenangan. Hal ini sebagai bentuk pelayanan yang baik dari pihak perusahaan kepada penulis selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan.