

Pendidikan Dan Pelatihan *Broadcasting* Bagi Masyarakat Lingkar Kampus

Ery Supriyadi R.¹⁾, Agus Arifin, Della, Aldinop, Alma

¹⁾Institut Manajemen Koperasi Indonesia

erysr@ikopin.ac.id

Abstrak

Kegiatan pendidikan *broadcasting* merupakan wujud semangat kerjasama antar penyiar, panitia Swara Radio dengan masyarakat (pemuda) sekitar kampus Jatinangor. Kegiatan pendidikan *broadcasting* berisi uraian kronologi *broadcasting*, pendekatan komunikasi, dan dokumentasi seluruh kegiatan agar semua pihak dapat mengetahui dengan jelas gambaran jalannya kegiatan ini. Kegiatan dilakukan melalui serangkaian persiapan, lomba *adlibs*, dan diklat *broadcasting*. Hasil kegiatan ini dapat memberikan dukungan pengetahuan, keterampilan masyarakat pemuda sekitar kampus dalam memahami "*broadcasting*" keterampilan berbicara, keterampilan penyiaran, termasuk pertimbangan moral maupun materi berkaitan dengan *broadcasting*, di samping mampu membangun ikatan kerjasama mahasiswa dengan masyarakat sekitar kampus yang lebih baik dan lebih kuat. Pemahaman terhadap penyusunan kata dan frase suatu iklan pada saat maupun akhir waktu program siaran radio sangat menentukan efektivitas sajian dan komunikasi dalam penyiaran, sehingga keterampilan membuat *adlibs* dan cara penyajian *adlibs* dalam siaran radio sangatlah strategis bagi para awak dan penyiar radio.

Kata Kunci : *adlibs, broadcasting, communication, planning, radio*

I. PENDAHULUAN

Berbicara merupakan salah satu bentuk komunikasi verbal yang banyak terjadi dalam berbagai kegiatan interaksi secara langsung maupun tidak langsung antar manusia, baik dalam komunikasi bermedia maupun nirmedia, terlebih lagi dalam konteks komunikasi organisasi, komunikasi bisnis, komunikasi politik, ataupun komunikasi pemasaran. Keahlian berbicara menjadi dasar setiap komunikator dalam menyampaikan pesan, informasi, dan berita yang disajikan melalui metode penyajian lisan yang tertata, baik dalam tata kata, tata krama, maupun tata bahasa, sehingga pengucapan dan pengartikulasian berbicara akan menentukan umpan balik, respon, tanggapan, maupun dampak proses komunikasi lisan yang dilakukan.

Keahlian berbicara seseorang akan dibentuk dari kerangka pikir yang dibangun dalam konstruksi berpikirnya tentang sesuai pesan yang diungkapkannya melalui bahasa lisan. Tentunya bahasa lisan berkaitan dengan cara melafalkan kata, mengucapkan dialektika

setiap kata dan rangkaian sintaksis susunan kalimat yang diucapkan, sehingga berbicara sangat berkait dengan kemampuan berpikir sebelum bicara atau berbicara dengan kerangka pikir yang tepat.

Berdasarkan latar belakang maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirumuskan sebagai berikut

1. Pemuda sebagai sumber daya manusia memerlukan kemampuan komunikasi melalui pendidikan *broadcasting*
2. Kemampuan berbicara dalam upaya meningkatkan kapasitas diri mengungkapkan makna kata dan menyajikan komunikasi lisan yang efektif
3. Kemampuan diri memahami teknik dan metode menyusun kerangka pikir yang dibicarakan dan membicarakan yang dipikirkan oleh pemuda akan meningkatkan daya kritis berpikir dan komunikatif dalam bicara.

Kemampuan berkomunikasi merupakan kebutuhan manusia dalam berinteraksi,

sehingga manusia dapat mengkonstruksikan pemikirannya, menyampaikan pesan yang bermakna, dan membangun persepsi yang tepat dalam berkomunikasi. Slameto (2010) menyatakan bahwa persepsi adalah proses masuknya pesan atau informasi ke dalam otak manusia yang secara terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Hubungan ini dilakukan lewat indera penglihatan, indera pendengar, indera peraba, indera perasa dan pencium.

Dalam komunikasi pemasaran, membangun persepsi yang tepat terhadap produk atau jasa layanan yang dikomunikasikan ditentukan oleh kemampuan komunikator menyampaikan kata/frase yang memengaruhi pendengar. Adlibs' merupakan komunikasi cerdas dan spontan, sehingga adlibs merupakan komunikasi promosi yang menggunakan bahasa tutur, tidak bertele-tele. Adlibs mengkomunikasikan bahasa iklan secara singkat, jelas, menarik, bernilai manfaat bagi pendengar dalam memahami suatu produk barang maupun jasa layanan yang dipromosikan, sehingga sejauhmana kemampuan penyiar dalam menuturkan kata/phrase dalam suatu adlibs diharapkan dapat meningkatkan efektivitas komunikasi penyiar, di samping persuasif dari pesan promosi yang disampaikannya.

Kotler and Armstrong (1999) mengenalkan 7 (tujuh) P dalam strategi pemasaran, yaitu *product, price, promotion, place, process, physical evidence, participant/people* (Kotler and Armstrong, 1999). Komunikasi pemasaran yang efektif memerlukan sajian pesan yang dapat membujuk dan mempengaruhi konsumen (Kotler and Armstrong, 1999; Kotler dan Keller, 2012). Salah satu strategi komunikasi pemasaran melalui periklanan, yang berisi pesan persuasif dan edukatif. Kotler dan Keller (2009) juga menyatakan bahwa diperlukan upaya untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen tentang produk secara langsung maupun tidak langsung. Iklan dibutuhkan untuk mengakselerasi kegiatan bisnis, demikian pula pada bisnis media radio memperoleh pendapatan dan profit dari iklan. Pesan iklan ini disajikan dalam bentuk cerita dengan pilihan kata/phrase yang disusun semenarik mungkin, sehingga mempengaruhi pengetahuan pelanggan.

Pemilihan kata berisi makna imajinatif dan argumentatif.

Radio merupakan media komunikasi pemasaran yang informatif, persuasive, dan edukatif (Effendy, 2003; Masduki, 2015; Susan, 1985; Santi, 2008). Komunikasi dalam penyiaran radio memerlukan strategi. Komunikasi ini menyangkut proses menuliskan, membaca kata/phrase, menyampaikan pesan yang dilihat, yang dipikirkan, dan makna yang dirasakan. Selain itu, strategi komunikasi berikutnya berupa cara mengungkapkan, penuturan, intonasi, dan artikulasi penyampaian pesan yang disajikan dalam penyiaran radio.

Adlibs seringkali diartikan sebagai upaya melakukan improvisasi lebih yang diucapkan secara spontan tanpa latihan. Adlibs merupakan jenis iklan radio yang dibacakan secara langsung oleh penyiar pada saat program siaran tengah berlangsung ataupun penyampaian iklan dengan phrase tertentu pada suatu segmen siaran (Mawardi, 2008).

Ad-lib adalah menambahkan meningkatkan efek pada vocal sehingga menambah kegembiraan dan keriangannya sebuah kata/phrase. Jika dilakukan dengan benar, maka sajian kata/phrase memiliki nilai lebih hingga terdapat peningkatan efek vocal. K Miller (2005) menyatakan bahwa penyajian iklan adlibs dapat dibacakan oleh beberapa orang penyiar, menyesuaikan pesan yang disampaikan secara dialog ataupun monolog bahkan bukan hasil rekaman. Adlibs dibacakan langsung pada waktu siaran radio secara langsung, dan penyiar membacakan kata/phrase iklan dengan frekuensi yang relative sering dalam satu hari selama periode waktu siaran.

Ad-lib asal katanya dari ad-libitum berarti sesuatu yang diucapkan secara spontan, improvisasi, kata-kata, musik, atau tindakan diucapkan, dilakukan, atau dilakukan dengan spontanitas. Dalam periklanan, adlibs bersifat lebih persuasif dan mengedukasi para pendengar, sehingga adlibs dapat dikategorikan penjualan secara lunak.

Adlibs merupakan bentuk iklan yang disiarkan penyiar radio untuk mempromosikan produk, maupun kegiatan. Selain mengiklankan suatu hal, adlibs juga

dapat memberikan informasi para pendengar. Jenis *adlibs* pun disiarkan dengan cara yang berbeda pula, yakni berdasarkan segmen maupun berdasarkan program.

Kejelasan suara penyiar dalam menyampaikan kata/phrase pesan iklan kepada pendengar akan menentukan keefektifan pesan penjualan produk/layanan. Gaya dan tatanan vocal dari penyiar akan membentuk suara penyiar radio, sehingga akan mempengaruhi umpan balik dari pendengar terhadap iklan yang disampaikan.

berupa pendidikan dan pelatihan terstruktur yang berujung dengan pendekatan webinar. Pelatihan diawali dengan tahap analisis kebutuhan, rekrutasi peserta, lomba *adlibs*, diskusi mendalam tentang teknik berbicara, dan teknik penyiaran. Tahapan berikutnya membahas dan mengevaluasi hasil lomba *adlibs*. Tahapan selanjutnya mengevaluasi hasil pendidikan pelatihan dari keaktifan peserta mengikuti sajian materi dari transformasi pemahaman *broadcasting* yang muncul dari perubahan pengetahuan dan sikap peserta. Adapun tahapan kegiatan PKM pada Tabel 1 berikut.

II. METODE

Metode pengabdian kepada masyarakat yang digunakan dalam kegiatan ini

Tabel 1.
Kegiatan dan Metode PKM
Keterlibatan dalam Kegiatan

No	Kegiatan	Keterlibatan dalam Kegiatan		
		Dosen	Mahasiswa, Awak/ Crew Radio Swara	Pemuda dan peserta Mahasiswa
1	Tahap Persiapan <ul style="list-style-type: none"> • Klarifikasi kerangka acuan proposal kegiatan • Identifikasi peserta • Mengorganisasikan dan koordinasi pelatihan maupun kepanitiaan • Koordinasi tim kerja, peserta, narasumber, dan fasilitator 	Mengecek dan mengesahkan proposal rencana kegiatan, menyiapkan surat tugas, mengarahkan tim kerja,	Menyusun proposal rencana kegiatan, mengkonsolidasikan tim kerja, menghubungi narasumber, publikasi kegiatan dan rekrutasi peserta	Pelajar SMA, Mahasiswa lingkaran kampus kawasan Jatinangor, Mahasiswa komunitas penyiar lingkup Bandung
2	Tahap Pelaksanaan <ul style="list-style-type: none"> • Pengenalan peserta, narasumber dan fasilitator • Pemberian Paparan Materi pelatihan • Pendalaman setiap materi <i>broadcasting</i>, komunikasi 	Dosen memberi arahan dan tujuan pelatihan <i>broadcasting</i> , berpikir kritis dan manfaatnya Berperan aktif dalam memantau pelaksanaan pelatihan, diskusi pokok bahasan <i>broadcasting</i> dan pembuatan <i>adlib</i>	Mahasiswa dan tim kerja crew radio membantu narasumber dalam pra kondisi, proses diskusi, penyediaan alat, syarat <i>adlibs</i> , layanan email, layanan web, penyediaan jaringan internet, fasilitasi webinar	Peserta mengikuti pelatihan, berdiskusi dan aktif terlibat dalam diskusi, mengikuti proses penilaian substansi dan pembuatan <i>adlibs</i> , menerima hasil penilaian.
3	Tahap Evaluasi <ul style="list-style-type: none"> • Memantau perkembangan kinerja setiap peserta dalam pelatihan • Menguraikan makna dan manfaat secara bersama peserta dari setiap materi/pokok bahasan 	Dosen berinteraksi dengan tim kerja crew radio tentang proses dan hasil pelatihan. Dosen memantau keadaan webinar, pemahaman materi yang disampaikan narasumber, dan capaian pelatihan dari	Mahasiswa dan tim kerja crew menyediakan alat bantu, fasilitasi alat bantu, dan memonitor hasil capaian setiap individu peserta, mengumpulkan hasil penilaian <i>adlib</i> yang	Mahasiswa dan pelajar peserta pelatihan memberi umpan balik dari pokok bahasan <i>broadcasting</i> , pembuatan <i>adlibs</i> , dan teknik berbicara Peserta pelatihan mengungkapkan

No	Kegiatan	Keterlibatan dalam Kegiatan		
		Dosen	Mahasiswa, Awak/ Crew Radio Swara	Pemuda dan peserta Mahasiswa
	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan diskusi mendalam antar peserta dari pengalaman dan keaktifan. 	sisi peserta mengenai pokok bahasan <i>broadcasting</i> , dialektika siaran, dan pembuatan adlib.	diterima, dan mempublikasi hasil lomba adlibs	masalah yang sering yang dihadapi dalam penyiaran maupun membuat adlibs
4	Tahap Rencana Tindak Lanjut <ul style="list-style-type: none"> Menyepakati hasil kegiatan pelatihan Membuat tindak lanjut program penyiaran dan rencana pelatihan lanjut pembuatan adlibs yang akan datang 	Dosen dan narasumber, serta fasilitator melakukan diskusi untuk menilai hasil dan membuat rencana pelatihan lanjut adlib masa akan datang	Mahasiswa dan tim kerja crew radio membantu narasumber menyusun agenda kesepakatan bersama bagi kegiatan lanjutan	Mahasiswa dan pelajar peserta pelatihan bersepakat untuk memanfaatkan hasil pelatihan
5	Tahap Pelaporan <ul style="list-style-type: none"> Menyusun Laporan kegiatan Memberikan laporan hasil kegiatan 	Dosen menyusun laporan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat tentang pendidikan dan pelatihan <i>broadcasting</i>	Dosen menyusun laporan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat tentang pendidikan dan pelatihan <i>broadcasting</i>	

Kegiatan diadakan oleh Swara Radio yaitu sebagai wadah untuk belajar bersama tentang *broadcasting* atau biasa disebut Pendidikan *Broadcasting*. Kegiatan Pendidikan *Broadcasting* merupakan perwujudan niat tulus dan semangat kerjasama Crew/Panitia Swara Radio.

Kegiatan Lomba Adlibs

Dalam diklat *broadcasting* dimediasi dengan kegiatan lomba adlibs antar peserta. Ketentuan lomba adlibs mencakup beberapa hal, yaitu :

1. Peserta merupakan pelajar/ mahasiswa/ umum dan tidak sedang menjadi penyiar radio
2. Mengisi formulir pendaftaran lomba
3. Dibuat berupa video dengan sekreatif mungkin, dengan tidak menggunakan bahasa yang kasar
4. Durasi maksimal video 1 menit
5. Video diupload pada instagram peserta lomba dengan menggunakan caption semenarik mungkin dan di kirim ke panitia melalui google drive yang disediakan panitia
6. Peserta meng-adlibskan pamflet dari acara Pendidikan *broadcasting*

7. Karya bersifat orisinil yang belum diupload atau diikutsertakan dalam lomba manapun dan tidak melanggar hak cipta orang lain.

Penilaian lomba Adlibs meliputi; 1. Vocal (Artikulasi, Volume Suara, Tempo/Speed, Kreativitas); 2. Penampilan (Ekspresi wajah & tubuh, Pakaian, Cara Penyampaian); 3. Penguasaan materi (Pesan yang disampaikan, Isi Materi, Pemahaman materi)

Pelaksanaan Kegiatan

Webinar Pendidikan *Broadcasting* dengan tema “Reach Your Dream With Your Communication skills” adapun nara sumbernya yaitu : Bella Arsendita (*Announcer* Pambors Radio). Peserta dalam kegiatan ini sebanyak 200 orang, dengan rincian proporsi mahasiswa sebanyak 50%, pelajar 40% dan peserta umum sepuluh prosen.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang Dicapai

Terdapat beberapa capaian hasil kegiatan Pendidikan dan pelatihan penyiaran (*broadcasting*) yang telah dilakukan, yaitu

1. Materi tersampaikan sesuai dengan tema yang sudah dibuat
2. Jumlah peserta melebihi target yang ditentukan
3. Peserta mendapat wawasan dan pengetahuan secara lebih luas mengenai dunia *broadcasting*
4. Memperoleh hasil adlibs yang dilombakan

Keberhasilan suatu pelatihan dapat diukur dari tingkat partisipasi, pengetahuan, perubahan sikap, keterampilan menyusun adlibs, serta kesesuaian materi pendidikan dan pelatihan *broadcasting* bagi para peserta. Kelima komponen ini dapat terlihat dari indikator antusias peserta dalam bertanya terhadap materi yang dipaparkan, intensitas peserta dalam memperdalam materi pada setiap

pokok bahasan, dan konsistensi peserta mengikuti pendidikan pelatihan sejak awal sampai akhir pelatihan, serta keseriusan peserta berdiskusi mengulas dan memberi umpan balik mengenai praktek teknik *broadcasting*.

Diklat *broadcasting* ini cukup efektif dalam pelaksanaannya dan memberi manfaat positif bagi para peserta, serta menciptakan interaksi yang partisipatif antara peserta dengan narasumber, narasumber dengan panitia, maupun panitia dengan peserta. Dari sisi substansi dan proses, diklat *broadcasting* ini mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan *broadcasting* kepada seluruh peserta dan didukung oleh atmosfer pembelajaran yang kondusif multi pihak.

Tabel 2.
Indikator Kegiatan Pelatihan

No.	Target	Indikator Kinerja Pelatihan	
		Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan
1	Pengetahuan dan metode siaran dalam media radio	Peserta diklat memahami <i>broadcasting</i> sebatas pengetahuan berbicara pada pesawat radio dan sekedar membuat phrase/kalimat bagi penyajian iklan	Mahasiswa dan pelajar peserta pelatihan memahami strategi penyusunan sintaksis dan rangkaian informasi dalam membuat adlibs dan mengelola adlibs dalam manajemen <i>broadcasting</i> maupun strategi pemasaran/promosi iklan melalui radio
2	Kemampuan peserta dalam membuat dan mempraktekkan media adlibs dalam penyiaran radio	Peserta diklat memahami adlibs sebatas penuturan bahasa lisan sajian iklan	Peserta mengerti tentang cara membuat adlibs yang komunikatif dan bernilai guna dalam <i>broadcasting</i> maupun teknik periklanannya.
3	Keterampilan dalam penuturan dari sajian adlibs pada proses penyiaran radio/ <i>broadcasting</i>	Peserta masih terbatas dalam penyajian adlibs dalam proses penyiaran radio	Peserta memahami sajian adlibs secara langsung dengan mempertimbangkan aspek durasi penuturan kata/phrase, mempersiapkan naskah adlibs yang perlu dibacakan, mengkreasikan cara penyajian oleh penyiar, proses obrolan yang diakhiri dengan membahasakan citra produk, dan cara komunikasi adlibs secara persuasive dan edukatif.

Tingginya minat, semangat keikutsertaan mahasiswa dalam diklat *broadcasting* radio, dengan jumlah peserta yang sekitar 200 orang dalam kegiatan PKM ini, berkait pula dengan keaktifan panitia mahasiswa dan awak radio swara dalam mempublikasikan kegiatan diklat dan interaksi dengan para awak penyiaran radio swasta (para penyiar radio yang berpengalaman) untuk terlibat aktif dalam

persiapan maupun sebagai narasumber diklat *broadcasting*. Jalanan kerjasama antar awak radio swara secara internal dan jejaring dengan penyiar radio menjadi faktor pendorong keikutsertaan peserta untuk mendaftar, hadir berpartisipasi aktif dalam kegiatan diklat.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, H,M, Burhan. 2008. Konstruksi Sosial Media Massa. Jakarta: Kencana Persada Media Group.
- Effendy. Onong Uchjana. 2003. Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi. Bandung: Citra Aditya Bakti
- K Miller, 2005. Communication Theories: Perspectives, Processes, and Contexts, Boston, McGrawHill.
- Kotler, Keller, 2012. Marketing Management, 14th, Person Education.
- . 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Masduki. 2004. Menjadi Broadcaster professional. Bantul : Pustaka Populer. LKiS
- Mawardi, Dodi. 2008. Memproduksi Iklan Kreatif Radio.
<https://dodimawardi.wordpress.com/2008/08/31/memproduksi-iklan-kreatif-di-radio/> diakses Juni 2020
- Santi Indra Astuti, 2008, Jurnalisme Radio: Teori dan Praktik, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Slameto. 2010. Belajar dan faktor-faktor yang Mempengaruhinya. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Susan Tyler Eastman,1985 Broadcast/Cable Programming : Strategies and Practices, California Wadsworth Publishing Company.

