



COPYWRITING STYLE DAN STRUKTUR NASKAH RADIO

Winda Kustiawan¹, Anissa Rahmadhani², Nadya Syakilah³, Novi Lestari⁴,
 Rizqi Ramadhani Siregar⁵, Tasya Salsabila⁶

¹ Fakultas Dakwah Dan Komunikasi / Komunikasi dan Penyiaran Islam,
windakustiawan@gmail.com, UIN Sumatera Utara

² Fakultas Dakwah Dan Komunikasi / Komunikasi dan Penyiaran Islam,
annisarahmadhani025@gmail.com, UIN Sumatera Utara

³ Fakultas Dakwah Dan Komunikasi / Komunikasi dan Penyiaran Islam,
nadyasyakilah8@gmail.com, UIN Sumatera Utara

⁴ Fakultas Dakwah Dan Komunikasi / Komunikasi dan Penyiaran Islam,
namakunovi1101@gmail.com, UIN Sumatera Utara

⁵ Fakultas Dakwah Dan Komunikasi / Komunikasi dan Penyiaran Islam,
rizqiramadhanisrg@gmail.com, UIN Sumatera Utara

⁶ Fakultas Dakwah Dan Komunikasi / Komunikasi dan Penyiaran Islam,
ttasyasalsabila920@gmail.com, UIN Sumatera Utara

ABSTRACT

The technology of sending signals by way of modulation as well as electromagnetic radiation with waves that travel through the air and produce sound is the meaning of radio. In broadcasting, scripts and writing are needed so that they are pleasing to the ear and also structured. In the process of writing copywriting, Style is needed so that the advertisements shown on the radio can be absorbed by listeners and are moved to buy the product being advertised and cause an action. Because radio only relies on audio, the sentence structure must be precise and there is a script structure that is being discussed so that it is good. Using research methods sourced from books and the internet. The essence of Copywriting style and the structure of discussion scripts on radio is to hone writing and editing skills in radio scripts.

Keywords: radio, copywriting, script.

Abstrak

Teknologi mengirim sinyal melalui cara modulasi juga radiasi elektro magnetik dengan gelombang yang melintasi udara dan menghasilkan suara adalah pengertian dari Radio. Dalam penyiarnya dibutuhkan naskah serta penulisan agar enak didengar juga berstruktur. Dalam proses penulisan copywriting dibutuhkan Style agar iklan yang ditayangkan dalam Radio bisa diresapi pendengar serta tergerak buat membeli produk yang di iklankan dan menimbulkan sebuah aksi. Karna radio hanya mengandalkan audio saja maka penyusunan kalimatnya harus tepat dan adanya struktur naskah yang di diskusikan agar menjadi baik. Menggunakan metode penelitian yang bersumber dari buku serta internet. Inti dari Copywriting style dan struktur naskah diskusi di dalam radio adalah mengasah skil penulisan serta editing dalam naskah Radio.

Kata Kunci: radio, copywriting, naskah.

1. PENDAHULUAN

alam pemasaran digital, kita sering mendengar kata copywriting. peran copywriting sangatlah vital. Copywriting artinya ujung tombak dalam pemasaran digital. Copywriting (bahasa Indonesia: naskah iklan) merupakan naskah yang ditulis sang seseorang penulis naskah iklan serta disebarluaskan buat kepentingan komersial. contohnya, naskah iklan televisi, radio, majalah, koran, baliho, spanduk, dan lain sebagainya. Penulis naskah iklan lazim disebut copywriter, sedangkan naskah atau teksnya dianggap menggunakan copy atau copywriting. Copywriting jua mampu berarti kegiatan menulisnya.

dalam praktiknya, naskah iklan tidak hanya berupa iklan konvensional atau berkategori above the line (seperti iklan televisi, radio, atau media cetak), melainkan naskah kenaikan pangkat apa pun yang diharapkan sang industri. contohnya, teks situs web, kalender, brosur, semboyan perusahaan atau produk (tagline), surat penjualan (sales letter), rilis pers (press release), direct mail, nawala (newsletter), serta masih banyak lagi.

seorang penulis naskah iklan dituntut buat bisa menulis teks secara kreatif serta sesuai riset. beliau pula harus menguasai teknik penulisan pada banyak media, seperti cetak, situs web, audio, dan audiovisual.

Dikutip berasal halaman American Writers and Artist Institute (AWAI), copywriting ialah proses menulis materi pemasaran serta kenaikan pangkat persuasif yang memotivasi orang buat mengambil beberapa bentuk tindakan, mirip melakukan pembelian, mengklik tautan, menyumbang, ajakan, sampai menghipnotis orang buat menghubungi bagian penjualan.

Materi copywriting bisa meliputi promosi tertulis yang dipublikasikan di media cetak atau daring. Mereka juga bisa menyertakan materi yg diucapkan, seperti skrip yg dipergunakan buat video atau iklan. Kalian mungkin tidak menyadarinya, namun copywriting sebanarnya terdapat di mana-mana, bahkan Jika kalian baru memulai dengan melihat kotak surat (surel), kalian akan menemukan beberapa contoh copywriting yang jelas.

promosi buat restoran lokal, katalog, surat penggalangan dana berasal organisasi amal, atau surat penjualan buat aneka macam produk serta layanan ialah seluruh bentuk copywriting. seseorang penulis copywriting diklaim dengan copywriter.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam suatu penelitian perlunya dukungan dari hasil penelitian yang telah ada sebelumnya yang berkaitan dengan judul.

90% penulisan copywriting dan naskah memerlukan yang namanya riset, kami hanya sedikit mencari dari tinjauan pustaka yaitu beberapa nya dari buku Copywriting oleh Agustrijanto, karangan khas teknik penulisan feature oleh Andi Mappatopo, Menulis Naskah Radio oleh Dodi Mawardi, dan penulisan naskah siar pada radio oleh Muhammad Isharudin.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Metode dalam penilaian ini menggunakan metode Deskriptif yaitu menggambarkan peristiwa langsung maupun tidak langsung melalui subjek orang langsung yang sedang menuliskan naskah serta objek mencari buku dan artikel yang berkaitan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Copywriting Style

Copywriting adalah kata-kata dan bahasa yang bisa membuat yakin pembacanya. Copywriting ini sebuah seni menulis sebagai tujuan pemasaran. Menurut Agustrijanto (2001) copywriting untuk membentuk perilaku pembeli, terpenuhinya pesan penjualan serta membuat konsumen supaya tertarik dengan produk yang diiklankan. Hasil copywriting yang bagus itu bisa membangkitkan emosi para pembacanya.

1. Prinsip Dasar Penulisan Naskah Berita Radio
 - a. ELF – Easy Listening Formula
Merupakan susunan kalimat yang kalau diucapkan enak didengar dan mudah dimengerti pada pendengaran pertama.
 - b. KISS – Keep It Simple and Short
Yaitu sederhana dan ringkas, hemat kata tidak banyak mengumbar kata. Menggunakan kalimat-kalimat pendek dan tidak rumit dan berusaha gunakan sedikit mungkin kata sifat dan anak kalimat.
 - c. WTYT – Write The Way You Talk
Menulis untuk “ disuarakan “, bukan untuk “ dibacakan “. Artinya, “ tuliskan sebagai mana cara anda mengatakannya “. Maksudnya disini menulis naskah radio itu menulis untuk berbicara, bukan membaca atau menatap. Menulis untuk telinga bukan untuk mata.
2. Tanda Baca Khusus
 - a. Dash (tanda garis pisah) (-)
Untuk sebelum nama atau kata penting butuh penekanan.
 - b. Punctuation (tandasengkang),
Tanda-tanda pemenggalan untuk memudahkan pengucapan singkatan kata yang dieja. M-U-I, B-A-P, W-H-O, P-U-I, dsb.
 - c. Garis Miring
Gunakan garis miring satu (/) sebagai pengganti koma atau sebagai tanda jeda untuk ambil nafas, garis miring dua (//) untuk ganti titik dan garis miring tiga (///) untuk akhir naskah.

4.2 Diskusi Radio

Diskusi radio adalah suatu proses yang melibatkan dua individu atau lebih yang saling tukar informasi, saling mempertahankan pendapat dalam memecahkan suatu masalah dan membahas topik yang menjadi perhatian umum dikhalayak pada para pendengar radio. Di dalam diskusi radio terdapat pokok penting seperti presentasi gagasan, kritik dan gagasan yang bertentangan, argumentasi dan sitesis. Diskusi radio bisa bersifat formal atau nonformal, topiknya bisa berat atau ringan tetapi dengan konteks pro dan kontra.

- a. Memproduksi Diskusi Radio

Memproduksi diskusi radio yaitu diawali dari persiapan dan di akhiri dengan evaluasi. Persiapan diskusi mencakup tentang: pematangan topik, riset terhadap topik, penentuan angle dan alur diskusi, persiapan pertanyaan atau isu yang akan dibahas, penentuan tugas masing-masing anggota tim, sekaligus informasi narasumber.

b. Pelaksanaan Diskusi Radio

Pada tahap ini memerlukan kerja sama antar tim, dalam diskusi selalu ada yang namanya pembawa diskusi (moderator) dan partisipannya biasa terdiri dari pakar narasumber yang kompeten sesuai dengan topik yang dibahas.

c. Evaluasi Diskusi Radio

Evaluasi yang biasa dilakukan ini seputar dengan kesesuaian tema dengan isi diskusi, evaluasi kualitas suara dan dukungan perangkat yang sangat penting. Evaluasi mesti dilakukan pada alur diskusi dan performance dari tiap pihak yang terlibat dalam produksi program.

d. Struktur Diskusi Radio diterima oleh pendengar.

Di bagian ini terdiri dari beberapa segmen yaitu: suatu isu, aspek atau subtema.

4.3 Struktur Naskah

Naskah merupakan suatu objek kajian filologi, mempunyai arti berita tentang ungkapan pikiran dan perasaan sebagai hasil budaya bangsa masa lampau diungkapkan oleh teks dapat dibaca dalam peninggalan-peninggalan yang berupa tulisan

a. Anatomi Naskah

Naskah berita radio bukan lah berupa naskah yang dibaca oleh pendengar atau pembaca sebagaimana naskah berita media cetak maupun media online melainkan di tunjukkan oleh penyaji sebagaimana layaknya bercerita kepada teman. Perbedaan berita cetak dengan naskah penyiaran yaitu berita cetak menyampaikan dengan bentuk piramida terbalik jika naskah penyiaran justru berbentuk piramida tegak. Naskah radio dan naskah lainnya tidak berbeda jauh ,sama seperti naskah lainnya naskah radio juga akan bergantung tema setiap harinya guna agar pendengar tidak bosan dengan isi siaran yang kita lakukan. Naskah radio memiliki perbedaan dengan yang lain seperti:

a. Aspek seni

Dalam pembuatan naskah siaran, penyiar diharuskan membuat naskah siaran yang memiliki nilai seni didalamnya. Karena pada dasarnya tujuan siaran itu adalah untuk menyiarkan sebuah seni yang diubah menjadi naskah siaran radio yang akan kita siarkan dan membuat para mendengar menikmati siaran yang kita lakukan. Itulah mengapa kita harus mempelajari teknik dalam menggunakan bahasa siaran, yakni bertujuan agar kita memahami bagaimana melakukan siaran yang bisa disukai dan akan dinikmati oleh para pendengar.

b. Aspek bahasa

Seorang anchor ataupun skrip writer harus pintar dalam memilih gaya bahasa, tata bahasa, dan pilihan kata. Sehingga dalam menulis naskah siaran bisa membingkai kata agar mudah dipahami, diucapkan, dimengerti, diingat dan sederhana serta tidak berbelit-belit.

Pada naskah radio terdapat beberapa unsur :

a. Radio itu mengandalkan media suara saja, jadi sebisa mungkin dalam membuat naskah

siaran gunakanlah bahasa yang dipahami semua orang dan tidak berbelit-belit. Karena radio tidak memperlihatkan visual sama sekali. Suaralah yang kita indahkan dalam siaran radio.

b. Untuk berkomunikasi personal, biasanya dalam program siaran radio ada acara/program

yang sengaja disiapkan oleh radio tertentu untuk para pendengar, program acaranya yakni acara santai dimana nanti didalam program acara tersebut ada segmen dimana pendengar bisa melakukan tanya jawab kepada penyiar ataupun ada segmen dimana pendengar bisa titip-titip salam yang nantinya akan disampaikan oleh penyiar.

c. Untuk berbicara dan diucapkan, seperti yang sudah dijelaskan diatas, bahwa dalam siaran radio itu yang ada hanyalah sesi pengucapan atau berbicara. Tidak ada sesi menampilkan visual seperti di film-film dalam acara televisi. Maka dari itu dalam pembuatan naskah radio haruslah jelas, karena naskah tersebut digunakan untuk berbicara dan diucapkan sehingga dengan tanpa melihatpun pendengar sudah bisa mengerti apa yang kita bicarakan.

d. Untuk sekali dengar saja, naskah radio sama halnya dengan naskah yang lainnya, dimana naskah untuk siaran pun hanya digunakan untuk sekali siaran saja dan tidak akan diulangi pada hari-hari berikutnya. Jika tema yang sama kita siarkan maka para pendengar kita akan sangat bosan dan berkemungkinan pendengar tidak lagi ingin mendengarkan siaran kita.

B.Komposisi Struktur Naskah

Sebuah cerita surat kabar yang baik berkisar dari ratusan hingga ribuan kata. Mencerita yang sama di televisi atau radio mungkin harus melakukannya dalam 30 detik mungkin tidak lebih dari 100 kata. Jika itu adalah cerita yang penting, mungkin 90 detik atau dua menit. maka harus menyingkat banyak informasi menjadi poin terpenting untuk disiarkan menulis. Penyiar harus bernafas, kalimat yang panjang membuatnya sulit untuk orang yang menyuarakan naskah untuk mengambil napas Tulislah cara orang berbicara, Fragmen kalimat asalkan mereka masuk akal dapat diterima. Gunakan struktur kalimat subjek-kata kerja-objek sederhana, Gunakan suara aktif dan kata kerja aktif Lebih baik mengatakan "Dia memukul bola" dari pada "bola dipukul olehnya." Untuk berita radio, tulis dengan citra visual. Membuat pendengar Anda "melihat" apa yang Anda katakan. Bantu mereka memvisualisasikan situasi yang digambarkan.

Jenis- Jenis Lead

1. Lead Menceritakan

Penulisan lead ini mengambil gaya tulisan cerita pendek atau novel, ketika berusaha agar pembaca merasa seperti ikut atau merasa menjadi tokoh utama yang diceritakan dalam tulisan tersebut.

2. Lead Menggambarkan

Dalam lead ini tulisan dibuka dengan lead yang digambarkan oleh penulis, dan berusaha memindahkan suasana ke dalam pembukaan tulisan. Lead menggambarkan sangat disukai

wartawan sewaktu ia membuat feature mengenai profil orang.

3. Lead Kesimpulan

Lead ini merupakan intisari materi tulisan, yang meringkas seluruh isi feature.

Dalam lead ini disimpulkan kira-kira keseluruhan apa yang akan ditulis, kemudian disusun dengan baik pada lead

4. Lead Kutipan

Lead kutipan pada feature sama persis dengan teras berita kutipan pada penulisan berita langsung. Artinya mengutip perkataan nara sumber pada paragraf pertama feature yang diasumsikan bahwa kutipan tersebut memiliki nilai- nilai berita atau informasi yang cukup tinggi.

5. Lead Berurutan

merupakan contoh penulisan lead berurutan karena di dalam lead tersebut fakta-faktanya

disusun secara kronologis untuk menunda klimaks atau kepuasan pembaca dalam memenuhi keinginan sampai akhir berita.

6. Lead Gabungan

Lead gabungan atau kombinasi adalah lead yang mengkombinasikan beberapa lead menjadisatu, misalnya kombinasi antara lead bertanya dengan lead

7. Lead Statistik

Lead ini mencoba menekankan atau menunjukkan suatu peristiwa dengan deretan angka

yang spesifik dalam bahasa populer sehingga mudah dipahami maksudnya, lead ini senang

bermain dan selalu mendahulukan angka-angka setelah dio lah menurut kaidah logika dan

bahasa journalist.

Body

Body adalah isi berita yang lebih terperinci dibandingkan lead-in, dengan naskah yang ditulisdengan berbagai pola yaitu:

1. Pola kronologis

menyajikan sebuah urutan peristiwa atau pernyataan yang membantu seorang khalayak memahami dan mengingat apa yang terjadi.

2. Pola topikal

merupakan gagasan-gagasan lebih mudah diingat saat dikelompokkan atau dihimpun kedalam topik subjek.

Umbrella lead kerap digunakan untuk berita dengan pola topikal. Gagasan-gagasan kunci narasi diperkenalkan dalam lead dan kemudian berkembang ke seluruh berita.

3. Pola sudut pandang bertentangan

Penataan sudut pandang yang bertentangan serupa dengan struktur topikal yang baru saja dijelaskan, namun topik-topiknya lebih spesifik: Dalam sebuah isu kontroversial, terdapat berbagai sudut pandang beralawana yang kerap mengitarinya.

4. Pola kombinasi

kombinasi pola- pola organisasional dapat digunakan dalam sebuah berita. Gunakan pola narasi terbaik, tak peduli label sebarang apapun yang dilekatkan.

Rewriting

Rewriting (alihnaskah) atau menulis ulang naskah. Ketika suatu informasi ingin dibacakan di radio maka harus melalui rewriting, radio memiliki gaya penyampaian pesan tersendiri salah

satunya adalah sripwriting style. Scripwriting style disesuaikan dengan gramatika media yang bersangkutan. Scripwriting style ini merupakan informasi radio yang ringkas, padat, dan jelas. Jika ingin mengalihnaskah kan sebuah informasi ada beberapa langkah yang harus dilakukan, yaitu:

1. Pilih berita atau informasi yang ingin dialihnaskah kan
2. Identifikasi gagasan utama dari informasi dan perincian fakta
3. Setelah adanya perincian, maka perhatikan durasi yang tersedia untuk penyampaian informasi
4. Apabila masih tersedia waktu di jam-jam berikutnya, berita atau informasi dapat dibuatsekel atau rangkaian berseri.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Dapat disimpulkan bahwa dalam penulisan naskah radio memerlukan adanya skil dan struktur agar tercapainya tujuan siaran sampai ke telinga pendengar.

1. Copywriting adalah kata-kata dan bahasa yang bisa membuat yakin pembacanya. Copywriting ini sebuah seni menulis sebagai tujuan pemasaran.
2. Diskusi radio adalah suatu proses yang melibatkan dua individu atau lebih yang saling tukar informasi, saling mempertahankan pendapat dalam memecahkan suatu masalah dan membahas topik yang menjadi perhatian umum dikhalayak pada para pendengar radio. Di dalam diskusi radio terdapat pokok penting seperti presentasi gagasan, kritik dan gagasan yang bertentangan, argumentasi dan sitesis. Diskusi radio bisa bersifat formal atau nonformal, topiknya bisa berat atau ringan tetapi dengan konteks pro dan kontra.
3. Naskah merupakan suatu objek kajian filologi, mempunyai arti berita tentang ungkapan pikiran dan perasaan sebagai hasil budaya bangsa masa lampau diungkapkan oleh teks dapat dibaca dalam peninggalan-peninggalan yang berupa tulisan

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Cetak:

Buku

Agustrijanto, Copywriting, Bandung: Rosda, 2002

Mappatopo, Andi. Teknik Penulisan Feature: Karangan Khas. Jakarta:Gramedia, 2017

Nita, Hadiyanti. Struktur Naskah Siaran Radio. UIN Walisongo : Semarang, 2019

Mawardi, Dodi. Menulis Naskah Radio. Pena Kreativa, 2020

Sumber Lain:

Isharudin, Muhammad. Thesis Penulisan Naskah siar pada Radio Suara Sidoarjo. UNTAG : Surabaya.

2021

Febrio, Alfa Hadi. Thesis Peran Penulis Naskah Program General Information Radio RRI PRO 2 Jogja.

Stiko. 2018

https://www.researchgate.net/publication/337916986_BAB_I_PEMBAHASAN_A_Siaran_In_aktif_dalam_Radio

Radio

<https://www.scribd.com/document/543835865/Diskusi-Radio>