

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Berbicara di depan umum atau lebih dikenal dengan *public speaking* adalah proses berbicara kepada sekelompok orang dengan cara terstruktur yang disengaja dimaksudkan untuk menginformasikan, mempengaruhi atau menghibur pendengar. Dalam hal ini diperlukan keterampilan berbahasa yang baik, penampilan yang menarik serta keefektifan dalam menyampaikan pesan. Berbicara di depan umum tidak begitu sulit namun tidak juga mudah. Dikatakan tidak begitu sulit karena setiap hari kita berbicara, namun tidak mudah karena tidak semua orang berani melakukannya.

Praktiknya, berani berbicara di depan umum berarti siap menyampaikan pesan kepada orang-orang dari latar belakang berbeda. Misalnya, jika kita menyampaikan pesan ke keluarga sendiri tentu kita sudah tahu modal dan pengetahuan tentang mereka, namun jika bukan keluarga sendiri, misalnya pada lingkungan yang belum kita kenal, berarti kita harus mempelajari bagaimana cara menarik perhatian mereka. Oleh karena itu seorang *public speaker* dituntut harus dapat berbicara di depan umum, salah satu contohnya adalah seorang pembawa acara atau lebih dikenal dengan *Master of Ceremony* (MC).

MC merupakan orang yang memiliki tanggung jawab penuh dan peranan penting dalam kelangsungan sebuah acara. Dikatakan penting karena seorang MC kerap menjadi “ruh” atau kekuatan dalam sebuah acara, MC-lah yang akan membuat hidup suatu acara. Adakalanya seorang MC yang baik adalah yang bisa menumbuhkan kesan mendalam pada penontonnya melalui cara ia memandu acara. Seorang MC hendaknya mampu menyesuaikan diri dan mengarahkan semua komponen acara agar sesuai dengan porsi acara yang akan, dan atau sedang berlangsung. Pendek kata, MC harus bisa melakukan idealisasi, yaitu proses kegiatan yang mengarahkan semua faktor yang ada menjadi sesuatu yang sesuai dengan keinginan setiap pihak terkait agar acara berjalan dengan baik dan berakhir sukses.

Dalam penyelenggaraan sebuah acara, tingkat kesuksesan dan kepuasan dari acara tersebut tidak lepas dari 5 faktor utama, yang dikenal dengan *5P*. Faktor *5P* ini terdiri dari Penyelenggara Acara, Penyandang dana/*sponsorship*, Penampil/bintang tamu, Penonton dan Pembawa Acara/*MC* (Suseno, 2005:18). Sebagai satu kesatuan hal-hal diatas tidak bisa dipisahkan satu sama lain, jika salah satu dari faktor diatas tidak berfungsi dengan baik, maka dalam pelaksanaan suatu acara akan terjadi permasalahan atau suatu acara belum dapat dikatakan sukses sepenuhnya (Suseno, 2005:19).

MC merupakan seseorang yang harus dapat mengetahui dan mengenal berbagai jenis acara demi kelancaran acara tersebut, karena dialah yang memimpin suatu rangkaian acara. Pada dasarnya, acara dapat dibagi menjadi tiga macam, yaitu acara yang bersifat resmi, acara yang bersifat semi resmi dan acara yang bersifat tidak resmi (Badudu, 2013:83). Penggolongan acara tersebut harus diperhatikan, karena jenis acara yang dibawakan MC sangat menentukan berbagai persiapan yang harus dilakukan, tidak terkecuali apakah acara tersebut adalah acara besar yang menampilkan bintang tamu terkenal atau acara yang hanya menampilkan bintang tamu lokal.

Festival musik merupakan contoh acara yang bersifat tidak resmi dan acara ini kerap kaitannya dengan kerumunan orang atau biasa dikenal dengan *crowd*. Penonton dalam acara ini biasanya sangat banyak, berasal dari semua kalangan mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Dalam penyelenggaraannya, acara festival musik kerap kali mengundang beberapa penampil acara/bintang tamu yang membuat penonton tertarik untuk berdatangan. Hal inilah yang kemudian membuat penyelenggara acara berlomba-lomba membuat acara festival musik yang dikemas dengan menarik dalam penyelenggara acaranya.

Musik sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat luas. Berbagai jenis musik bermunculan seiring perkembangan jaman, diantaranya adalah *Pop, Rock, Jazz, Blues, Raegge, Indie* dan lain sebagainya. Di Indonesia sendiri, berbagai jenis musik telah sukses menduduki singgasana sebagai tuan rumah, tak terkecuali aliran jenis musik *indie*, walaupun apresiasi terhadap musik *indie* oleh media nasional masih sangat minim, namun musik *indie* di Indonesia terus berkembang

pesat (Putranto, 2009:88). Musik *indie* adalah musik yang berbeda dengan musik jenis lain, karena status musisi atau grup band dari musik *indie* tak terikat perusahaan rekaman besar (*major label*). Musik *indie* dalam hal ini memproduksi (merekam, mendistribusikan dan mempromosikan) sendiri dengan ruang lingkup kecil (Rawk, 2008:26).

Melalui musik *indie* dapat mengembangkan kreatifitas dan bakat anak muda dalam berkarya. Maka tidak heran jika di setiap daerah pasti memiliki komunitas band *indie*, komunitas ini pun memiliki suatu cara yang khas dalam mengemas setiap pertunjukan-pertunjukan musik (*event* atau *gigs*) sebagai ajang mengekspresikan karya-karya mereka, yang dikenal dengan festival musik *indie*. Jika dilihat festival musik *indie* memberikan banyak manfaat bagi penikmatnya, tidak terkecuali remaja. Dengan adanya acara rutin ini remaja diajak melakukan hal positif, mereka akan disibukkan untuk berlatih dan mengisi kegiatan luangnya dengan ikut memeriahkan acara festival musik *indie* yang diselenggarakan beberapa penyelenggara acara di Bandar Lampung.

Perkembangan festival musik *indie* di Bandar Lampung sendiri saat ini sedang mengalami kemunduran. Menurut hasil wawancara peneliti dengan salah satu *Event Organizer*, yaitu Awan Abunadi yang dilakukan pada tanggal 21 April 2015 lalu, acara ini sangat jarang diselenggarakan apalagi beberapa tahun terakhir kemarin (2014) dikarenakan persaingan dengan festival musik *mainstream*. Bila dilihat dalam beberapa tahun terakhir acara festival musik *indie* hanya diselenggarakan di awal dan akhir tahun saja. Jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya yang kerap kali dalam setahun bisa rutin diselenggarakan.

Selain itu hal ini juga berbanding terbalik dengan jumlah band-band *indie* yang mengalami perkembangan dan sangat banyak. Maka, menurutnya jika acara ini rutin diadakan, paling tidak 3-4 kali dalam sebulan maka kualitas band-band *indie* di Bandar Lampung dapat berkembang dengan baik, tetapi hal ini juga harus didukung oleh penyelenggara acara di dalamnya, tidak hanya bintang tamu namun MC juga harus diperhatikan.

Peran MC dalam hal ini sangat dibutuhkan, terlebih jika MC memiliki karakteristik yang unik dan menarik dalam memandu acara. Maka secara tidak langsung seorang MC dapat dengan mudah mendatangkan penonton yang akan membuat acara ini berkembang dengan baik dari tahun ke tahun di Bandar Lampung. Oleh karena itu setiap MC pasti memiliki strategi komunikasinya sendiri dalam memandu acara, agar acara yang dipandunya dapat berjalan baik dan sukses. Strategi komunikasi antara MC yang satu dengan yang lain tidak dapat disamakan. Terkadang dalam suatu acara kita sering melihat ada salah satu MC yang lebih dominan dibandingkan yang satunya, hal ini karena setiap MC memiliki caranya sendiri untuk dapat menarik perhatian penonton. Tetapi, strategi yang seperti apa yang bisa membuat penonton merasa tertarik dan dapat berlama-lama di festival musik *indie*, maka hal ini yang kemudian akan peneliti teliti.

Sesungguhnya suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan (Arifin, 1984:10). Jadi merumuskan strategi komunikasi, berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan yang akan mungkin dihadapi di masa depan, guna mencapai efektivitas. Dengan strategi komunikasi ini, berarti dapat ditempuh

beberapa cara memakai cara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat.

Dalam penyelenggaraan suatu acara lokasi dan waktu menjadi hal yang berpengaruh, terutama bagi seorang MC. Lokasi dibedakan menjadi dua yaitu di dalam ruangan (*indoor*) dan di luar ruangan (*outdoor*). Waktu cenderung tentatif, bisa pagi, siang atau malam (Aryanti, 2007:147). Banyak hal-hal yang harus diperhatikan MC dalam memandu acara, terlebih jika acaranya berada di luar ruangan, termasuk acara festival musik *indie*. Kebanyakan dari acara-acara festival musik *indie* yang diadakan di Bandar Lampung memanfaatkan lapangan atau *outdoor venue*.

Menurut hasil wawancara penulis dengan pihak penyelenggara acara festival musik *indie*, yaitu dengan Mas Oyong Brahmantyo yang dilakukan pada 11 November 2014 di Lapangan Saburai, beliau menjelaskan bahwa khalayak dari acara *outdoor* cenderung lebih banyak dan tidak beraturan. Maka tak jarang, dalam acara ini banyak terjadi keributan karena beberapa penonton memiliki sifat mudah terpancing emosi pada hal kecil seperti hanya saling menatap atau hal lainnya yang bisa saja menimbulkan rasa tidak senang dan berujung perkelahian. Maka dalam hal ini strategi komunikasi MC sangat dibutuhkan untuk menenangkan penonton, sehingga acara yang sebelumnya rusuh akan kembali seperti semula. Selain itu, acara festival musik *indie* tidak hanya menampilkan band-band *indie* saja, biasanya adanya acara pendukung, seperti acara hiburan/*games*, bazaar, juga lomba-lomba yang pada akhirnya membutuhkan MC sebagai penghubung antara penonton, pengisi acara juga penyelenggara acara.

Dalam festival musik *indie* peran MC cukup berat, karena MC dituntut untuk dapat meyakinkan penonton bahwa penampil/bintang tamu dalam acara ini adalah mereka yang layak untuk ditonton. Seperti yang kita ketahui bahwa dalam acara ini tidak semua orang mengenal siapa-siapa saja band *indie* yang ada di Bandar Lampung, maka strategi komunikasi MC disini dibutuhkan agar acara yang terlihat biasa-biasa saja dapat menjadi meriah dengan adanya MC yang handal berimprovisasi (Aryanti, 2007:11). Susunan acara merupakan aspek penting bagi kegiatan MC. Oleh sebab itu, hal ini harus ditata sebaik mungkin agar acara dapat berjalan sesuai dengan keinginan semua pihak. Acara yang dikemas oleh MC dalam suatu acara akan sangat bergantung pada tujuan diselenggarakannya acara tersebut. Seorang MC harus mampu mengekspresikan seluruh rangkaian acara dari pembukaan sampai penutup dengan tepat melalui komunikasi (Suherman, 2008:52).

Dalam strategi komunikasi menurut Effendy (1995:35) harus memperhatikan beberapa komponen saat akan memandu acara, yaitu (a) sasaran komunikasi mencakup situasi-kondisi, (b) media komunikasi, (c) tujuan pesan komunikasi, berupa isi serta simbol dan (d) peran komunikator dalam komunikasi, berupa daya tarik dan kredibilitasnya. Selain itu pula dalam menyampaikan pesan yang dilakukan MC, harus pula diperhatikan komunikasi verbal dan komunikasi non verbal yang digunakan.

Dalam penelitian ini, komunikasi verbal yang akan peneliti teliti adalah bahasa MC, Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan Nasional mengisyaratkan ada tujuh faktor kebahasaan yang harus diperhatikan oleh seorang pembawa acara jika ingin berhasil dalam tugasnya, diantaranya teknik memproduksi suara dan teknik berbicara MC yang terdiri dari pelafalan, aksentuasi, pemenggalan kalimat (jeda), diksi, intonasi, dan enunsiasi (Rakhmat, 2004:287). Lain halnya dengan komunikasi non verbal, dalam penelitian ini komunikasi non-verbal yang akan penulis teliti diantaranya adalah bahasa tubuh, kontak dan tatapan mata, ekspresi wajah, penampilan dan improvisasi (Dewi, 2014:74).

Banyak hal-hal yang harus diperhatikan seorang MC dalam memandu acara termasuk hal-hal diatas, sehingga dalam hal ini peneliti akan meneliti bagaimana strategi komunikasi MC dalam memandu acara festival musik *indie outdoor* di Bandar Lampung tahun 2014-2015. Jika dilihat hal ini memang sangat sederhana sekali, namun pada dasarnya penelitian ini sangat bermanfaat terutama bagi seseorang yang ingin berbicara di depan umum seperti seorang MC. Selain itu festival musik *indie* yang belum secara rutin diadakan di Bandar Lampung nantinya akan berkembang dengan pesat karena pengelolaan acara yang baik serta kehadiran MC yang dapat mengajak penonton untuk memeriahkan acara ini. Maka dari paparan diatas akhirnya penulis merasa tertarik untuk mengkaji penelitian ini dengan judul “*Strategi Komunikasi Master of Ceremony dalam Memandu Acara Festival Musik Indie Outdoor di Bandar Lampung*”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, penulis kemudian merumuskan masalah bagaimana strategi komunikasi *Master of Ceremony* dalam memandu acara festival musik *indie outdoor* di Bandar Lampung?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh *Master of Ceremony* saat memandu acara festival musik *indie outdoor* di Bandar Lampung berdasarkan komponen-komponen strategi komunikasi milik Effendy, yaitu sasaran komunikasi, media komunikasi, tujuan pesan dan peran komunikator juga komunikasi verbal dan non-verbal yang kemudian dikaitkan dengan komponen pada teori komunikasi (motivasi, pengetahuan dan keterampilan).

1.4. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas maka manfaat dari pelaksanaan penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan pada bentuk-bentuk komunikasi dan retorika khususnya *public speaking*, sehingga nantinya mampu memberikan kontribusi bagi pengembangan Ilmu Komunikasi.

2. Secara praktis diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan referensi terhadap pembacanya, terutama tentang bagaimana menyelenggarakan *event* musik *indie* yang sukses, terutama pada aspek MC *event* tersebut, yang mana hal ini akan berkontribusi pada perkembangan musik *indie* di Bandar Lampung sebagai salah satu wadah bagi kreativitas remaja Bandar Lampung.
3. Secara umum penelitian ini dapat dijadikan pedoman bagi semua individu bahwa strategi komunikasi sangat diperlukan dalam hal apapun, termasuk pada MC dan dalam penerapan sehari-hari seperti berkomunikasi juga berinteraksi dengan orang lain, kita juga harus memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik melalui verbal/non-verbal agar lawan bicara tertarik, memperhatikan dan mendengarkan apa yang kita sampaikan.