



## Konstruksi Pesan Gaya Hidup Sehat dalam Program Bincang-Bincang Asik Youtube

Syahid Said Asshabir, Abdul Malik Siregar, Willy Purna Samadhi, Euis Nurul Bahriyah  
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul, Jakarta  
[said0607@student.esaunggul.ac.id](mailto:said0607@student.esaunggul.ac.id)

### Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mendorong perubahan pola konsumsi media masyarakat dari media konvensional menuju media digital. Berkembangnya media digital menuntut media kampus tidak sekadar memproduksi informasi, tetapi juga merancang pesan yang mampu menarik perhatian audiens. Program Bincang-Bincang Asik bertemakan Healthy Lifestyle di kanal YouTube Aruna 9 News menghadapi tantangan dalam menyusun naskah yang informatif sekaligus menarik di tengah banjirnya konten serupa. Penelitian ini bertujuan mengetahui strategi penyusunan naskah program tersebut beserta faktor-faktor yang memengaruhinya, menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dalam paradigma konstruktivisme, dengan dilandasi teori Strategi Komunikasi, Uses and Gratifications, Perencanaan Pesan, dan Gatekeeping, serta informan dari tim produksi dan pemirsa program. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi nonpartisipan, dan dokumentasi, lalu dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyusunan naskah melewati beberapa tahap: pemilihan tema, riset informasi, penyaringan sumber, penyusunan struktur, penyesuaian bahasa, revisi, hingga pemberian ruang improvisasi bagi host. Keberhasilan naskah tidak semata ditentukan oleh relevansi dan akurasi informasi, tetapi juga oleh kesesuaian tema dengan kebutuhan audiens, gaya penyampaian, kekuatan hook, karakter host, durasi, tampilan visual, dan karakteristik platform YouTube. Penelitian ini merekomendasikan agar penyusunan naskah ke depan menempatkan audiens sebagai pusat perhatian, dengan memperkuat hook, membangun gaya penyampaian yang lebih natural, memperhatikan elemen visual, serta mengoptimalkan distribusi konten lintas media sosial.

Kata kunci: Penyusunan Naskah; Strategi Komunikasi; Gatekeeping; Uses and Gratifications; Healthy Lifestyle.

### Abstract

The development of information and communication technology drives changes in public media consumption patterns from conventional media to digital media. The growth of digital media demands that campus media not only produce information but also design messages capable of attracting audience attention. The program "Bincang-Bincang Asik" themed "Healthy Lifestyle" on the Aruna 9 News YouTube channel faces challenges in compiling informative yet engaging scripts amid similar content. This study aims to determine the scriptwriting strategy of the program and its influencing factors, using a descriptive qualitative approach within a constructivism paradigm, underpinned by Communication Strategy, Uses and Gratifications, Message Planning, and Gatekeeping theories, with informants from the production team and viewers. Data were collected through in-depth interviews, non-participant observation, and documentation, then analyzed through reduction, display, and conclusion drawing. The results show that scriptwriting goes through several stages: theme selection, information research, source filtering, structuring, language adjustment, revision, and host improvisation space. Script success is determined not solely by relevance and accuracy, but also by thematic alignment with audience needs, delivery style, hook strength, host character, duration, visual appearance, and YouTube characteristics. This study recommends that future scriptwriting place audiences at the center by strengthening hooks, building natural delivery, paying attention to visual elements, and optimizing cross-platform distribution.

Keywords: Scriptwriting, Communication Strategy, Gatekeeping, Uses and Gratifications, Healthy Lifestyle.

### 1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mendorong perubahan pola konsumsi media masyarakat dari media konvensional menuju media digital. YouTube menjadi salah satu platform yang banyak digunakan untuk memperoleh informasi sekaligus hiburan, mulai dari konten edukasi, berita, hiburan, hingga gaya

hidup. Tingginya penggunaan platform ini membuatnya dimanfaatkan tidak hanya oleh media profesional, tetapi juga oleh institusi pendidikan dan media kampus sebagai sarana penyebaran informasi.

Aruna 9 News merupakan salah satu media kampus yang memanfaatkan YouTube sebagai kanal distribusi konten, salah satunya melalui program talk show “Bincang-Bincang Asik”. Salah satu tema yang diangkat dalam program tersebut adalah Healthy Lifestyle, yang relevansinya terus meningkat seiring bertumbuhnya kesadaran generasi muda terhadap kesehatan fisik dan mental. Namun, tingginya minat masyarakat terhadap tema ini juga memicu meningkatnya jumlah konten serupa di berbagai media digital, sehingga persaingan memperebutkan perhatian audiens semakin ketat. Beberapa media kampus lain, seperti UNNES dan UGM, mampu meraih 300 hingga 900 penonton untuk konten bertema serupa, sementara program Bincang-Bincang Asik edisi Healthy Lifestyle di kanal Aruna 9 News masih berada pada kisaran 70–150 penonton.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan sebuah program digital tidak hanya ditentukan oleh tema yang diangkat, tetapi juga oleh bagaimana pesan dikemas dan disampaikan kepada audiens. Dalam program berbasis talk show, pengemasan pesan dilakukan melalui proses penyusunan naskah yang meliputi penentuan tema, pencarian referensi, penyusunan alur pembahasan, pengembangan pertanyaan, serta pemilihan gaya bahasa yang sesuai dengan karakteristik audiens. Penyusunan naskah dengan demikian menjadi bagian penting dari tahap pra-produksi karena berfungsi sebagai dasar penyampaian pesan kepada penonton.

Penelitian terdahulu telah membahas strategi konten digital, penulisan naskah siaran, dan komunikasi kesehatan di media sosial. Safrudiningsih, Nurohmat, dan Latief (2024) menunjukkan bahwa pra-produksi program non-drama televisi dimulai dari riset ide, pengembangan outline ke naskah, hingga evaluasi pascatayang. Karima dan Destiwati (2024) menemukan bahwa penyampaian informasi kesehatan melalui YouTube memerlukan strategi yang mencakup pengenalan audiens, penyusunan pesan, dan pemanfaatan platform secara optimal. Amalia dan Primadini (2024) menekankan pentingnya kerangka strategi konten yang mencakup substansi, struktur, tata kelola, dan alur kerja. Namun, kajian yang secara khusus menelaah proses penyusunan naskah program talk show bertema kesehatan pada media kampus berbasis YouTube masih terbatas.

Kebaruan penelitian ini terletak pada penggabungan analisis strategi penyusunan naskah dengan teori Uses and Gratifications, Perencanaan Pesan, dan Gatekeeping secara bersamaan pada satu program media kampus. Analisis tidak berhenti pada deskripsi tahapan penyusunan naskah, tetapi juga menelusuri bagaimana kebutuhan audiens, struktur pesan, dan proses seleksi tim produksi saling berkaitan dalam membentuk naskah akhir. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana strategi penyusunan naskah program Bincang-Bincang Asik bertema Healthy Lifestyle dijalankan, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi proses penyusunan naskah tersebut pada kanal YouTube Aruna 9 News.

## **Tinjauan Pustaka**

Penelitian ini disusun dengan mengacu pada empat kerangka teori yang saling melengkapi, yaitu Strategi Komunikasi, Uses and Gratifications, Perencanaan Pesan, dan Gatekeeping. Keempat teori tersebut digunakan untuk menjelaskan proses penyusunan naskah program Bincang-Bincang Asik bertema Healthy Lifestyle secara berlapis, mulai dari perencanaan pesan, pemahaman kebutuhan audiens, penyusunan struktur naskah, hingga proses seleksi informasi oleh tim produksi.

## **Strategi Komunikasi dan Media Baru**

Strategi komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen komunikasi (communication management) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Effendy, 2003). Strategi komunikasi yang efektif mempertimbangkan penentuan target audiens, penyusunan pesan, pemilihan media, gaya penyampaian, hingga evaluasi dampak pesan. Dalam konteks program bincang-bincang di YouTube, strategi ini diwujudkan melalui pemilihan sudut pandang tema, gaya bahasa yang sesuai karakter audiens digital, serta teknik penyampaian yang relevan dengan platform.

Karakteristik YouTube sebagai media baru turut membentuk strategi tersebut. McQuail (2010) menjelaskan bahwa media massa menjalankan fungsi informasi, pendidikan, hiburan, dan persuasi secara bersamaan, sementara Lévy (1999) menegaskan bahwa media baru ditandai oleh interaktivitas, digitalisasi, dan

audiens yang aktif berpartisipasi, bukan sekadar penerima pesan secara pasif. Pergeseran inilah yang membuat strategi penyusunan naskah untuk YouTube tidak dapat disamakan begitu saja dengan naskah televisi konvensional, karena naskah perlu dirancang untuk memicu keterlibatan aktif penonton.

### **Teori Uses and Gratifications**

Teori Uses and Gratifications yang digagas Katz dan dikembangkan bersama Blumler dan Gurevitch (1974) menempatkan audiens sebagai pihak aktif yang secara sadar memilih media untuk memenuhi kebutuhannya, bukan sekadar penerima pasif pesan media. Teori ini mengidentifikasi beberapa kebutuhan audiens, di antaranya kebutuhan kognitif (informasi), kebutuhan afektif (motivasi dan pengalaman emosional), kebutuhan identitas personal (inspirasi dari narasumber), serta kebutuhan pengalihan (hiburan ringan yang edukatif).

Dalam konteks program healthy lifestyle di YouTube, teori ini membantu tim produksi memahami motivasi audiens dalam memilih dan menonton konten kesehatan, sehingga naskah dapat dirancang untuk memenuhi kebutuhan informasi yang faktual sekaligus memberikan dorongan emosional dan inspirasi bagi penonton.

### **Teori Perencanaan Pesan**

Teori perencanaan pesan (message planning theory) yang dikembangkan Berger (1997) menegaskan bahwa setiap tindakan komunikasi digerakkan oleh tujuan tertentu (goal-driven) melalui model Goal, Plan, Action. Rencana pesan bersifat hierarkis: rencana tingkat tinggi berkaitan dengan struktur dan urutan konten pesan, sedangkan rencana tingkat rendah berkaitan dengan aspek teknis seperti pilihan kata dan tempo penyampaian.

Dalam naskah program bincang-bincang, teori ini tercermin dalam struktur pembukaan (opening hook), pengantar topik, pertanyaan inti, pendalaman materi, dan closing statement, yang masing-masing dirancang untuk mencapai efisiensi penyampaian pesan sekaligus kesesuaian sosial dengan konteks audiens YouTube.

### **Teori Gatekeeping dalam Produksi Konten**

Teori gatekeeping berakar dari konsep “penjaga gerbang” yang diperkenalkan Lewin (1947) dan diadaptasi ke konteks media massa oleh White (1950) melalui studi “The Gate Keeper”, yang menemukan bahwa proses seleksi berita dipengaruhi pertimbangan subjektif editor terhadap nilai berita, relevansi, dan kebijakan redaksional. Shoemaker dan Reese (2014) mengembangkan teori ini menjadi model berlapis yang mencakup level individu, rutinitas media, organisasi, institusi sosial, dan sistem sosial.

Pada era YouTube, fungsi gatekeeper dijalankan oleh tim produksi secara keseluruhan, mencakup pemilihan tema, penentuan narasumber, penyaringan informasi, hingga editing naskah. Dalam program bertema kesehatan, fungsi gatekeeping menjadi krusial karena naskah yang dihasilkan berkaitan langsung dengan kesejahteraan publik, sehingga setiap tahap seleksi perlu memastikan akurasi dan kredibilitas informasi sebelum disampaikan kepada audiens.

## **2. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, yang memandang realitas sosial bersifat subjektif dan dikonstruksi oleh individu-individu yang terlibat di dalamnya berdasarkan pengalaman, perspektif, dan konteks masing-masing (Creswell, 2014). Paradigma ini dipilih karena objek penelitian, yaitu proses penyusunan naskah, bersifat kreatif, kontekstual, dan tidak dapat diukur secara numerik.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yang diarahkan untuk memahami dan mendeskripsikan secara rinci bagaimana suatu proses berlangsung dalam konteks alamiahnya tanpa menguji hipotesis secara kuantitatif (Sugiyono, 2022). Sumber data dibedakan menjadi data primer, yang diperoleh melalui wawancara mendalam (in-depth interview), observasi non-partisipan, dan dokumentasi terhadap proses pra-produksi program; serta data sekunder yang meliputi arsip video, naskah program terdahulu, dan literatur akademik terkait.

Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria keterlibatan langsung dalam produksi program Bincang-Bincang Asik edisi Healthy Lifestyle. Informan kunci terdiri dari produser dan penulis naskah/tim kreatif, sedangkan informan pendukung terdiri dari host serta pemirsa program.

Data dikumpulkan melalui tiga teknik yang saling melengkapi, yaitu wawancara semi-terstruktur, observasi non-partisipan pada kegiatan rapat redaksi dan penulisan naskah, serta dokumentasi terhadap naskah, rundown, dan arsip video. Data kemudian dianalisis melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014), dengan keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber serta empat kriteria kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas (Lincoln & Guba, dalam Moleong, 2017).

**Tabel 1. Informan Penelitian**

| No | Informan        | Posisi/Peran                    |
|----|-----------------|---------------------------------|
| 1  | Rendy Zubhan    | Produser                        |
| 2  | Ikhwanul Mufid  | Mentor Lapangan                 |
| 3  | Gracia Stefanie | Mahasiswa/Reporter Aruna 9 News |
| 4  | Ryan Dhavi      | Mahasiswa/Reporter Aruna 9 News |

*Sumber: diolah oleh penulis*

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### Gambaran Umum Program dan Posisi Informan

Program Bincang-Bincang Asik menyajikan pembahasan tema Healthy Lifestyle melalui format talk show ringan dengan durasi singkat, dipandu oleh host mahasiswa dan menghadirkan narasumber yang relevan dengan topik kesehatan. Komposisi informan dalam penelitian ini memungkinkan temuan dilihat dari dua posisi: tim produksi memberikan gambaran mengenai mekanisme penyusunan naskah dan pertimbangan di balik setiap keputusan redaksional, sedangkan pemirsa memberikan gambaran mengenai bagaimana naskah tersebut diterima dan dimaknai oleh audiens. Perbandingan antarsumber menunjukkan bahwa penilaian mengenai kekuatan dan kelemahan naskah tidak hanya berasal dari sudut pandang tim produksi, tetapi juga dari pengalaman menonton pemirsa secara langsung.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi terhadap tim produksi serta pemirsa program, penyusunan naskah Bincang-Bincang Asik edisi Healthy Lifestyle ditemukan berlangsung melalui beberapa tahap yang saling berkaitan, mulai dari pemilihan tema hingga evaluasi berbasis respons audiens. Temuan tersebut diuraikan pada tiap subbagian berikut.

#### Pemilihan tema berdasarkan relevansi audiens

Pemilihan tema Healthy Lifestyle dilakukan dengan mempertimbangkan kedekatan topik dengan kondisi masyarakat serta potensinya menarik minat audiens. Salah satu informan tim produksi menjelaskan bahwa penentuan tema dilakukan dengan mencari topik yang paling relevan dengan kondisi masyarakat sekarang dan diperkirakan disukai banyak orang.

Sejalan dengan hal tersebut, informan pemirsa menilai tema yang disampaikan sudah sesuai meski penerapannya bergantung pada kondisi masing-masing individu, dan mengaku memperoleh wawasan baru dari pembahasan yang diberikan.

Temuan ini berkaitan dengan Gatekeeping, karena pemilihan tema menunjukkan adanya proses seleksi oleh tim produksi terhadap berbagai kemungkinan topik Healthy Lifestyle sebelum menentukan tema yang akan diproduksi. Temuan ini juga berkaitan dengan Perencanaan Pesan, karena penentuan tema menjadi tahap awal yang menentukan materi yang kemudian dikembangkan ke dalam naskah, serta dengan Uses and Gratifications, karena pertimbangan tim produksi terhadap topik yang disukai audiens mencerminkan perhatian terhadap kebutuhan dan minat mereka.

### **Kredibilitas sumber informasi dalam penyusunan naskah**

Tim produksi mengandalkan situs berita dan portal kesehatan yang dinilai terpercaya, seperti Kompas.com, CNN, dan Halodoc, sebagai bahan rujukan sebelum materi dikembangkan menjadi naskah. Akurasi dan kredibilitas sumber menjadi pertimbangan utama dalam proses penyaringan informasi.

Dari sisi pemirsa, informasi yang disampaikan dinilai cukup dapat dipercaya, meskipun terdapat catatan agar sumber informasi dicantumkan secara lebih jelas dalam tayangan.

Temuan ini berkaitan dengan Gatekeeping, khususnya pada tahap penyaringan informasi kesehatan, karena tim produksi menyaring materi berdasarkan pertimbangan akurasi dan kredibilitas sumber sebelum menjadi bagian dari naskah. Hal ini menunjukkan bahwa penyusunan naskah tidak hanya berorientasi pada daya tarik pesan, tetapi juga pada tanggung jawab terhadap keakuratan informasi yang disampaikan kepada publik.

### **Penyesuaian gaya bahasa dan fleksibilitas naskah**

Gaya bahasa dalam naskah disesuaikan agar terasa santai dan sopan tanpa kesan menggurui. Naskah juga tidak diposisikan sebagai teks yang harus dihafalkan sepenuhnya oleh host, melainkan sebagai pedoman yang tetap memberi ruang improvisasi agar penyampaian berjalan lancar dan terasa lebih natural.

Meski demikian, sebagian pemirsa masih menilai penyampaian terasa kurang natural dan seperti membaca naskah, serta menemukan penggunaan kata yang kurang tepat. Temuan ini berkaitan dengan Strategi Komunikasi, karena penyesuaian gaya bahasa merupakan bentuk penyesuaian gaya penyampaian terhadap karakteristik audiens dan platform. Kesenjangan antara intensi tim produksi dan pengalaman sebagian audiens ini juga berkaitan dengan Perencanaan Pesan pada level rencana teknis (pilihan kata dan intonasi), dan menjadi catatan penting dalam pengembangan naskah selanjutnya.

### **Menjaga perhatian audiens melalui struktur naskah**

Tim produksi memperhatikan sejumlah unsur agar penonton bertahan hingga akhir tayangan, di antaranya materi yang relevan dengan audiens, kesesuaian usia pembawa acara dengan target penonton, durasi, bagian pembuka (intro), serta kejelasan penyampaian pesan utama. Dari sisi pemirsa, alasan untuk terus menonton berkaitan dengan keinginan mengetahui inti pembahasan dan memperoleh informasi baru yang menarik.

Temuan ini dapat dikaitkan dengan Uses and Gratifications, karena jawaban pemirsa menunjukkan adanya kebutuhan tertentu yang mendorong mereka terus menonton, yaitu memperoleh informasi dan mengetahui inti pembahasan. Temuan ini juga berkaitan dengan Perencanaan Pesan, karena perhatian terhadap bagian pembuka, isi, durasi, dan penyampaian pesan menunjukkan adanya unsur-unsur yang dipertimbangkan dalam merancang struktur naskah sebelum disampaikan kepada audiens.

### **Alur pra produksi dan adaptasi terhadap karakteristik YouTube**

Proses pra-produksi berlangsung bertahap: pencarian ide dan topik melalui rapat redaksi, penentuan pembicara dan pembawa acara, penetapan durasi, kemudian penyusunan alur naskah dari pembukaan hingga penutupan. Tim produksi berupaya menjaga durasi program pada kisaran 5–10 menit agar sesuai dengan karakteristik konsumsi konten di YouTube dan tidak membuat penonton bosan, sembari tetap memberi ruang improvisasi bagi host.

Pemirsa menilai durasi tayangan sudah sesuai dan bukan menjadi persoalan utama, selama gaya penyampaian tetap mampu menarik perhatian. Temuan ini menegaskan relevansi Strategi Komunikasi mengenai

pemilihan media, karena naskah disesuaikan dengan karakteristik YouTube sebagai media baru yang audiensnya aktif dan berorientasi pada engagement (McQuail, 2010; Lévy, 1999), sekaligus menunjukkan bagaimana Perencanaan Pesan diterapkan secara operasional dalam durasi dan struktur naskah.

### Respons audiens sebagai bahan evaluasi dan pengembangan naskah

Respons pemirsa memperlihatkan sejumlah aspek yang dapat dijadikan bahan pengembangan naskah pada episode berikutnya, seperti kebutuhan akan penyampaian yang lebih natural, pemilihan kata yang lebih tepat, penambahan elemen visual pendukung, serta pencantuman sumber informasi yang lebih jelas. Rendahnya jumlah penonton program ini dibandingkan media kampus lain juga tidak dapat dikaitkan secara langsung dengan kualitas naskah semata, mengingat usia media yang masih relatif baru dan strategi promosi yang belum sepenuhnya optimal turut menjadi faktor yang berkontribusi.

Temuan ini berkaitan dengan Gatekeeping sebagai proses berkelanjutan, karena evaluasi berdasarkan respons audiens berfungsi sebagai umpan balik yang idealnya memengaruhi keputusan seleksi dan penyusunan naskah pada produksi berikutnya, bukan semata ukuran keberhasilan konten setelah tayang.

**Tabel 2. Ringkasan Temuan Strategi Penyusunan Naskah**

| Aspek             | Temuan Utama                                 | Kaitan Teori                    |
|-------------------|----------------------------------------------|---------------------------------|
| Pemilihan tema    | Dipilih sesuai relevansi & minat audiens.    | Gatekeeping; U&G; Perenc. Pesan |
| Sumber informasi  | Rujukan kredibel; sumber belum dicantumkan.  | Gatekeeping                     |
| Gaya bahasa       | Santai & fleksibel; sebagian kurang natural. | Strategi Komunikasi             |
| Struktur naskah   | Pembuka-isi-penutup jaga atensi.             | U&G; Perenc. Pesan              |
| Durasi & platform | 5–10 menit sesuai karakter YouTube.          | Strategi Komunikasi             |
| Respons audiens   | Jadi bahan evaluasi naskah berikutnya.       | Gatekeeping                     |

### Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, penyusunan naskah program Bincang-Bincang Asik edisi Healthy Lifestyle merupakan proses yang melibatkan pemilihan tema, penyaringan informasi, penyesuaian gaya bahasa, pengaturan struktur, penyesuaian durasi, serta evaluasi berdasarkan respons audiens. Temuan dari tim produksi dan pemirsa menunjukkan bahwa keputusan dalam penyusunan naskah tidak hanya ditentukan oleh pertimbangan internal tim, tetapi juga berkaitan dengan bagaimana pesan diterima dan dimaknai oleh audiens. Posisi kedua kelompok informan tersebut memberikan gambaran yang saling melengkapi mengenai proses penyusunan dan penerimaan pesan dalam program.

Pemilihan tema Healthy Lifestyle dilakukan dengan mempertimbangkan relevansi terhadap kondisi masyarakat dan potensi minat audiens. Temuan ini menunjukkan penerapan teori Gatekeeping karena tim produksi melakukan seleksi terhadap berbagai kemungkinan topik sebelum menentukan tema yang diproduksi. Proses tersebut memperlihatkan bahwa tidak seluruh informasi atau topik dapat langsung menjadi materi tayangan, melainkan harus melewati pertimbangan redaksional. Pemilihan tema juga berkaitan dengan Perencanaan Pesan karena tema menjadi dasar dalam menentukan materi dan arah pembahasan naskah. Sementara itu, dari perspektif

Uses and Gratifications, tanggapan pemirsa yang memperoleh wawasan baru menunjukkan bahwa tayangan dapat memenuhi kebutuhan audiens terhadap informasi. Dengan demikian, pemilihan tema menjadi tahap awal yang menghubungkan kepentingan produksi dengan kebutuhan pemirsa.

Pada penyusunan materi, tim produksi menggunakan situs berita dan portal kesehatan yang dinilai terpercaya, seperti Kompas.com, CNN, dan Halodoc. Pemilihan sumber tersebut memperlihatkan bahwa Gatekeeping juga berlangsung pada tahap penyaringan informasi. Informasi yang akan dimasukkan ke dalam naskah dipertimbangkan berdasarkan akurasi dan kredibilitas sumber. Pemirsa menilai informasi yang disampaikan cukup dapat dipercaya, tetapi memberikan masukan agar sumber informasi dicantumkan secara lebih jelas dalam tayangan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kredibilitas tidak hanya berkaitan dengan sumber yang digunakan oleh tim produksi, tetapi juga dengan transparansi informasi kepada audiens. Dengan mencantumkan sumber secara lebih jelas, audiens dapat mengetahui dasar informasi kesehatan yang disampaikan sehingga proses penerimaan pesan menjadi lebih terbuka.

Gaya bahasa naskah disusun dengan karakter santai dan sopan serta tidak memberikan kesan menggurui. Naskah juga berfungsi sebagai pedoman bagi host sehingga tidak harus dihafalkan sepenuhnya dan masih memberikan ruang untuk improvisasi. Kondisi ini menunjukkan penerapan Strategi Komunikasi karena gaya penyampaian disesuaikan dengan karakteristik audiens dan media. Namun, sebagian pemirsa masih menilai penyampaian kurang natural, seperti membaca naskah, dan menemukan penggunaan kata yang kurang tepat. Perbedaan antara tujuan tim produksi dan pengalaman pemirsa menunjukkan bahwa perencanaan gaya bahasa belum selalu menghasilkan persepsi yang sama pada audiens. Temuan tersebut menjadi masukan untuk memperhatikan pilihan kata, intonasi, serta fleksibilitas penyampaian agar pesan terdengar lebih alami.

Struktur naskah juga digunakan untuk mempertahankan perhatian audiens. Tim produksi mempertimbangkan relevansi materi, kesesuaian usia host dengan target penonton, durasi, bagian pembuka, dan kejelasan pesan utama. Dari sisi pemirsa, keinginan mengetahui inti pembahasan dan memperoleh informasi baru menjadi alasan untuk terus mengikuti tayangan. Temuan ini berkaitan dengan Uses and Gratifications karena audiens memiliki kebutuhan informasi yang mendorong mereka menggunakan media dan melanjutkan kegiatan menonton. Selain itu, Perencanaan Pesan terlihat melalui pengaturan pembuka, isi, dan penutup sehingga pesan dapat disampaikan secara terarah. Hal tersebut menunjukkan bahwa perhatian audiens tidak hanya dipengaruhi oleh topik, tetapi juga oleh struktur penyampaian pesan.

Pada tahap pra-produksi, proses penyusunan dilakukan secara bertahap melalui pencarian ide dan topik dalam rapat redaksi, penentuan pembicara dan host, penetapan durasi, serta penyusunan alur dari pembukaan hingga penutupan. Durasi sekitar 5–10 menit menunjukkan adanya penyesuaian terhadap karakteristik YouTube. Temuan tersebut berkaitan dengan Strategi Komunikasi karena naskah disusun dengan mempertimbangkan karakteristik media dan pola konsumsi audiens. Pemirsa menilai durasi tayangan sudah sesuai dan bukan persoalan utama selama gaya penyampaian tetap menarik. Hal ini menunjukkan bahwa durasi perlu dipertimbangkan bersama kualitas penyampaian agar struktur naskah tetap mampu menjaga perhatian penonton.

Respons audiens kemudian menjadi bahan evaluasi bagi pengembangan naskah pada episode berikutnya. Masukan mengenai penyampaian yang lebih natural, penggunaan kata yang lebih tepat, penambahan elemen visual pendukung, dan pencantuman sumber informasi yang lebih jelas menunjukkan aspek yang dapat diperhatikan dalam produksi selanjutnya. Dalam perspektif Gatekeeping, respons audiens dapat dipahami sebagai umpan balik yang berpotensi memengaruhi proses seleksi dan penyusunan pesan berikutnya. Rendahnya jumlah penonton dibandingkan media kampus lain tidak dapat langsung dikaitkan dengan kualitas naskah karena usia media yang masih relatif baru dan strategi promosi juga disebut sebagai faktor yang berkontribusi. Oleh karena itu, evaluasi audiens sebaiknya dipahami sebagai bagian dari proses berkelanjutan, bukan semata-mata sebagai ukuran keberhasilan setelah tayangan dipublikasikan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa penyusunan naskah Bincang-Bincang Asik edisi Healthy Lifestyle berlangsung melalui proses yang saling berkaitan antara seleksi informasi, perencanaan pesan, strategi komunikasi, dan pemenuhan kebutuhan audiens. Gatekeeping berperan dalam menentukan tema serta menyaring sumber informasi, Perencanaan Pesan mengatur materi menjadi struktur yang terarah, sedangkan Strategi Komunikasi menyesuaikan bahasa, durasi, dan penyampaian dengan karakteristik audiens serta YouTube. Uses and Gratifications membantu menjelaskan bahwa kebutuhan memperoleh informasi menjadi salah satu alasan pemirsa mengikuti tayangan. Dengan demikian, respons audiens memiliki posisi penting karena dapat menjadi masukan bagi proses penyusunan naskah pada produksi berikutnya.

### Keterbatasan penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, penelitian berfokus pada strategi penyusunan naskah program Bincang-Bincang Asik dengan tema Healthy Lifestyle pada kanal YouTube Aruna 9 News, sehingga hasil penelitian tidak secara langsung dapat digeneralisasikan pada seluruh program YouTube atau media audiovisual lainnya.

Kedua, penelitian menggunakan wawancara sebagai sumber utama data, sehingga temuan sangat bergantung pada pengalaman, pemahaman, dan jawaban informan mengenai proses produksi dan pengalaman mereka dalam menerima konten.

Ketiga, penelitian belum melakukan pengukuran kuantitatif secara mendalam terhadap data performa YouTube seperti retention rate, watch time, atau click-through rate, sehingga hubungan antara strategi penyusunan naskah dan performa konten belum dapat diukur secara statistik.

Keempat, penelitian lebih memusatkan perhatian pada aspek penyusunan pesan dan naskah, sehingga unsur produksi lainnya seperti editing, desain visual, thumbnail, distribusi, dan strategi promosi tidak dianalisis secara mendalam, meskipun hasil wawancara pemirsa menunjukkan bahwa aspek visual dan penyampaian turut memengaruhi pengalaman menonton.

### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penyusunan naskah program Bincang-Bincang Asik tema Healthy Lifestyle bukan sekadar aktivitas teknis menuliskan dialog, melainkan proses komunikasi yang mempertimbangkan karakteristik audiens, tujuan komunikasi, kredibilitas sumber informasi, karakteristik program, serta karakteristik YouTube sebagai media baru. Proses tersebut berlangsung mulai dari pemilihan tema berdasarkan relevansi dengan audiens, penyaringan sumber informasi yang kredibel, penyusunan struktur pembuka-isi-penutup, penyesuaian gaya bahasa yang santai namun sopan, hingga pemberian ruang improvisasi bagi host. Naskah berfungsi sebagai pedoman yang menjaga arah pembahasan, bukan teks yang harus disampaikan secara verbatim, sehingga penyampaian dapat terasa lebih natural. Namun demikian, ditemukan pula kesenjangan antara intensi tim produksi dan pengalaman sebagian audiens yang masih merasakan penyampaian kurang natural, yang menjadi salah satu masukan penting bagi pengembangan naskah selanjutnya. Faktor-faktor yang memengaruhi strategi penyusunan naskah meliputi kesesuaian tema dengan kebutuhan audiens, gaya penyampaian, kekuatan pembuka (hook), karakter dan kesesuaian usia host dengan target penonton, durasi tayangan, tampilan visual, serta karakteristik konsumsi konten pada platform YouTube. Temuan ini menegaskan bahwa keempat kerangka teori yang digunakan—Strategi Komunikasi, Uses and Gratifications, Perencanaan Pesan, dan Gatekeeping—saling berkaitan dan bekerja secara bersamaan dalam membentuk naskah program bincang-bincang di YouTube.

### Reference

1. Amalia, S., & Primadini, I. (2024). Inovasi Strategi Konten di Good News From Indonesia. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 13(2), 225–240.
2. Berger, C. R. (1997). *Planning Strategic Interaction: Attaining Goals Through Communicative Action*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
3. Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
4. Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
5. Karima, A. A., & Destiwati, R. (2024). Strategi Komunikasi Melalui Youtube dalam Menyampaikan Informasi Gaya Hidup Sehat untuk Remaja. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 6(3).
6. Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills, CA: SAGE Publications.
7. Lévy, P. (1999). *Cyberculture*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
8. Lewin, K. (1947). *Frontiers in Group Dynamics: Concept, Method and Reality in Social Science; Social Equilibria and Social Change*. Human Relations, 1(1), 5–41.
9. McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London: SAGE Publications.
10. Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
11. Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Ed. Revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
12. Safrudiningsih, Nurohmat, & Latief, R. (2024). The Use of Creative Brainstorming Techniques in the Production of Non-Drama Television Programs. *Publipreneur Polimedia: Jurnal Ilmiah Jurusan Penerbitan*, 12(1), 1–12.
13. Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (2014). *Mediating the Message in the 21st Century: A Media Sociology Perspective* (3rd ed.). New

York: Routledge.

14. Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif* (Ed. Revisi). Bandung: Alfabeta.
15. White, D. M. (1950). The 'Gate Keeper': A Case Study in the Selection of News. *Journalism Quarterly*, 27(3), 383–390.