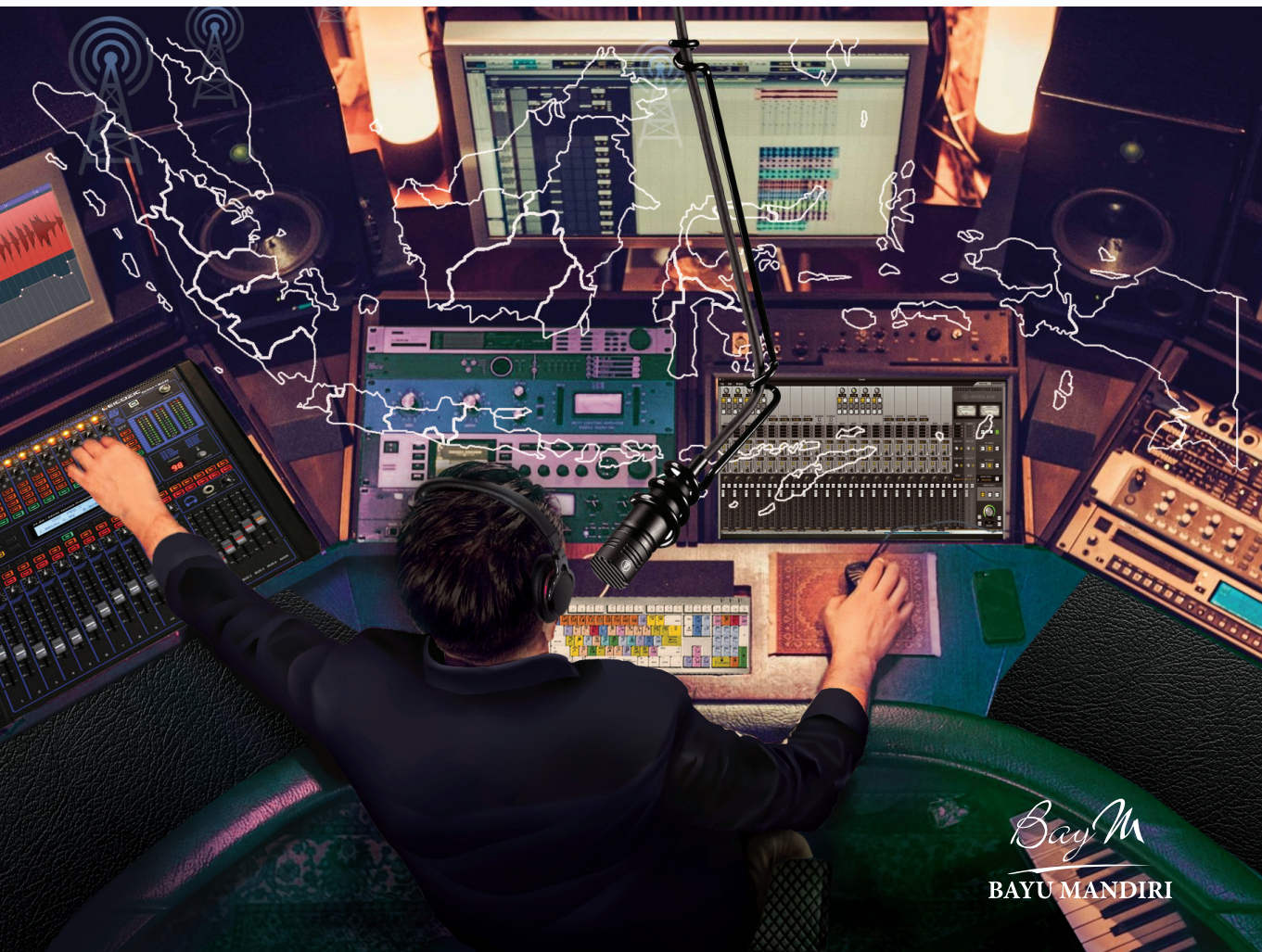


Dr. Harliantara, Drs., M.Si.

Radio INDONESIA

DULU, KINI, DAN NANTI



Bayu
BAYU MANDIRI

Radio INDONESIA

DULU, KINI, DAN NANTI

Undang-Undang Republik Indonesia
Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta
Lingkup Hak Cipta

Sanksi Pelanggaran Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2002 tentang HAK CIPTA, sebagaimana telah dirubah dengan Undang-Undang No. 7 Tahun 1987 Jo. Undang-Undang No. 12 Tahun 1997, bahwa:

1. Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak mengumumkan atau menyebarkan suatu ciptaan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp. 1.000.000,- (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 5.000.000,- (lima juta rupiah)
2. Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah)

Radio INDONESIA

DULU, KINI, DAN NANTI

Dr. Harliantara, Drs., M.Si.

Bayu M

BAYU MANDIRI

2021

Radio Indonesia

Dulu, Kini, dan Nanti

@2022 Bayu Mandiri

Pertama kali diterbitkan dalam bahasa Indonesia
oleh Bayu Mandiri, Januari 2022

Bayu Mandiri
Jl. H. Samali No. 31B
Kalibata, Jakarta Selatan

Penulis : Dr. Harliantara, Drs., M.Si.
Editor : Agus Setiadi
Perancang grafis : Ipank

Hak cipta dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip dan memperbanyak
sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis Penerbit

x+172 hlm, 18 x 25 cm
ISBN: 978-623-6459-03-4
Cetakan pertama, Januari 2022

Dicetak oleh:
Platinum Mitra Grafika
(isi di luar tanggung jawab percetakan)

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	ix
BAB 1 Perjalanan Radio Indonesia.....	1
1.1 RRI	2
1.1.1 RRI Radio Perjuangan	2
1.1.2 RRI Sebagai Lembaga Penyiaran Publik.....	6
1.1.3 RRI dan Teknologi	8
1.1.3.1 Radio Automation.....	9
1.1.3.2 Radio Digital.....	11
1.1.3.3 RRI dan Aplikasi	14
1.2 Radio Swasta Nasional.....	15
Bab 2 UU Penyiaran dan KPI, Penata Kehidupan Radio	21
2.1 UU Penyiaran dan Implementasi	21
2.2 KPI	22
Bab 3. Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) dan Radio Komunitas	27
3.1 Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL)	27
3.2 Radio Komunitas	30
Bab 4. Radio Berjaringan.....	37
4.1 Radio Berjaringan Mancanegara	38
4.2 RRI	39
4.3 MRA Media Broadcasting.....	40
4.4 MNC (Media Nusantara Citra) Networks.....	41
4.5 Masima.....	42
4.6 Radio Elshinta	42
4.7 Kantor Berita Radio (KBR)	43
4.8 Smart FM	43
4.9 Sonora	44
4.10 Mahak.....	45
4.11 Radio Rodja	45
4.12 Radio OZ	45
4.13 ThomsOn Radio Network	46
4.14 Radio Network Daerah	48

Bab 5.	Radio dan Asosiasi	49
	5.1 PRSSNI	50
	5.2 ARSSLI	53
	5.3 Asosiasi Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Radio Televisi Indonesia	53
	5.4 Asosiasi Radio TV Islam Indonesia (ARTVISI)	54
	5.5 JRKI	55
Bab 6.	Radio dan Program	57
	6.1 Riset Internal	59
	6.2 Fungsi	61
	6.3 Strategi	63
	6.4 Format dan Programming Radio	66
	6.5 Ciri Khas Siaran Radio.....	70
Bab 7	Radio dan Teknologi	101
	7.1 Radio Digital	102
	7.1.1 Standar Teknologi Radio Digital Dunia.....	105
	7.1.2 Standar Radio Digital di Indonesia	111
	7.2 Radio Internet	114
	7.3 Radio Automation	119
	7.3.1 Perkembangan Radio Automation	121
	7.4 Radio Visual	128
	7.5 OB Van	132
Bab 8	Radio Kini dan Nanti	137
	8.1 Over The Top (OTT), Radio Masa Depan?	143
	8.2 Kemajuan Teknologi, Jangan Melupakan Prinsip.....	146
Glossary	148
Daftar Rujukan	169

DAFTAR FOTO, GAMBAR, DAN TABEL

Kantor Komisi Penyiaran Indonesia di kawasan Jalan Ir. H. Juanda, Jakarta Pusat.....	24
Suasana siaran salah satu Radio Komunitas di Jawa Barat	31
Suasana belajar mengajar SD di Pekalongan saat pandemi melalui Radio Komunitas ...	34
Diagram Radio berjaringan	37
Jaringan penyiaran RRI secara nasional	39
Pendiri ThomsOn Radio Network	46
Suasana Munas PRSSNI	51
Ilustrasi elemen radio programming	67
Contoh Pola jenis irama lagu	78
Contoh ilustrasi Komposisi Pola jenis irama lagu	79
Akar Musik dan perubahannya	84
Ilustrasi jadwal dan hot clock 60 menit	89
Ilustrasi hot clock format news durasi 60 menit	90
Radio Producer	94
Tanggung jawab radio producer	95
Lingkup kerja radio producer	97
Lingkup kerja radio producer	98
Skema sistem perangkat penyiaran radio	103
Skema siaran radio FM dan DAB	104
Skema siaran digital	106
Skema DAB, kompatibel format dan kelebihanannya	107
Perbandingan Frekuensi FM dan DAB	108
Pola SFN (Single Frequency Network)	109
Layanan Siaran Radio Internet	115
Integrasi Media Konvensional dan Internet	115
Skema Siar Radio Internet	117
Studio Mugos saat aktif bersiaran	129
Proses Komunikasi Siaran Radio Media Konvensional	138
Proses Komunikasi Siaran Integrasi Media Konvensional dan Internet.....	141
Kanal YouTube Rasilima FM	144

KATA PENGANTAR

Di Indonesia sebagaimana negara berkembang lainnya, radio menjadi salah satu media massa yang banyak dimiliki oleh masyarakat. Khususnya sebelum teknologi internet muncul yang kini cenderung menempatkan radio sebagai “menu” smartphone. Hal ini dikarenakan radio memiliki beragam kelebihan diantaranya adalah dapat menjangkau khalayak yang besar dan luas, bahkan khalayak yang tinggal di daerah terpencil dengan biaya yang murah dan serentak.

Kelebihan yang dimiliki radio inilah yang kemudian dimanfaatkan oleh pihak berwenang untuk menyampaikan informasi.

Pada era penjajahan Belanda, radio tentunya digunakan untuk kepentingan pihak penjajah. Demikian halnya, saat Jepang berkuasa yang menjadikan radio sebagai alat propaganda program Jepang seperti perang Asia Timur Raya. Setelah Indonesia merdeka tahun 1945 hingga masa Orde Lama berakhir tahun 1966, radio pun menjadi alat propaganda pemerintah. Memasuki era Orde Baru, radio masih menjadi domain penguasa lewat berita pembangunan dan aneka program pemerintah lainnya. Sejak era reformasi hingga sekarang, radio banyak berubah mengikuti dan melayani kebutuhan khalayak pendengar.

Perjalanan radio Indonesia sejak era penjajahan hingga era digital menjadi materi utama yang dikupas, mulai dari aspek sejarah perkembangan, regulasi terkait, khususnya dengan kelahiran UU No. 32 tahun 2002 yang dikenal dengan UU Penyiaran yang menata ulang kehidupan dunia penyiaran Indonesia. Tak terkecuali, dunia radio yang terbagi dalam Lembaga Penyiaran Publik, Lembaga Penyiaran Swasta, Lembaga Penyiaran Berlangganan, dan Lembaga Penyiaran Komunitas sebagai penyelenggara penyiaran di tanah air. Tak ketinggalan, aspek teknologi pun menjadi bagian yang coba dikupas dalam kondisi kekinian.

Penyiaran yang sebelumnya hanya dikenal dengan transmisi melalui udara dalam bentuk suara atau bunyi, kini juga lewat streaming dengan menggunakan jalur internet yang mampu menampilkan suara, teks, gambar bahkan video.

Buku ini menegaskan pula perubahan teknologi, regulasi, seyogyanya masih mampu membuat radio berada dalam ekosistem yang sehat untuk terus eksis dan berkembang sepanjang radio menjaga prinsip bersiaran yang menjadi karakteristik radio.

Buku ini tentunya masih jauh dari sempurna. Bila terdapat kekurangan baik dalam materi dan penyajiannya, saya mohon masukan baik saran maupun kritik yang membangun dari para pembaca untuk menyempurnakan dalam penulisan buku berikutnya. Semoga buku ini bermanfaat.

Bandung, Januari 2022

Penulis

Dr. Harliantara, Drs.,M.Si.

BAB 1

PERJALANAN RADIO INDONESIA

Di Indonesia sebagaimana negara berkembang lainnya, radio menjadi salah satu media massa yang banyak dimiliki oleh masyarakat. Khususnya sebelum teknologi internet muncul yang kini cenderung menempatkan radio sebagai “menu” smartphone. Hal ini dikarenakan radio memiliki beragam kelebihan diantaranya adalah dapat menjangkau khalayak yang besar dan luas, bahkan khalayak yang tinggal di daerah terpencil dengan biaya yang murah dan serentak.

Kelebihan yang dimiliki radio inilah yang kemudian dimanfaatkan oleh pihak berwenang untuk menyampaikan informasi. Pada era penjajahan Belanda, radio tentunya digunakan untuk kepentingan pihak penjajah. Demikian halnya, saat Jepang berkuasa yang menjadikan radio sebagai alat propaganda program Jepang seperti perang Asia Timur Raya. Setelah Indonesia merdeka tahun 1945 hingga masa Orde Lama berakhir tahun 1966, radio pun menjadi alat propaganda pemerintah. Memasuki era Orde Baru, radio masih menjadi domain penguasa lewat berita pembangunan,

pendidikan, dan aneka program pemerintah lainnya. Sejak era Orde Baru berakhir dan Indonesia memasuki era Reformasi hingga sekarang, radio banyak berubah mengikuti regulasi UU Penyiaran terbaru hasil era Reformasi dan melayani kebutuhan khalayak pendengar.

1.1 RRI

Sebelum dan setelah kelahiran 11 September 1945, RRI mengalami beragam transformasi yang menempatkan RRI dikenal mulai dari sebagai Radio Perjuangan, Radio Pemerintah, hingga sejak 2005 sampai sekarang dikenal sebagai Lembaga Penyiaran Publik.

1.1.1 RRI Radio Perjuangan-Radio Pemerintah

RRI lahir tanggal 11 September 1945. Kelahiran RRI dipicu dengan kekuatiran yang muncul dari para pengelola radio era pendudukan Jepang atas informasi yang diterima dari berbagai radio luar negeri bahwa tentara Inggris yang mengatasnamakan sekutu akan menduduki Jawa dan Sumatera.

Tentara Inggris dikabarkan bersiap melucuti tentara Jepang dan menjaga keamanan sampai pemerintahan Belanda dapat menjalankan kembali kekuasaannya di Indonesia. Dari informasi tersebut diketahui bahwa sekutu masih mengakui kedaulatan Belanda atas Indonesia dan kerajaan Belanda dikabarkan akan mendirikan pemerintahan bernama Netherlands Indie Civil Administration (NICA).

Selain itu, hal lain yang menggelisahkan adalah masyarakat secara umum tidak tahu apa yang harus mereka lakukan setelah Indonesia diproklamasikan sebagai negara merdeka sejak 17 Agustus 1945.

Menyikapi hal-hal tersebut, tokoh-tokoh yang sebelumnya aktif mengoperasikan beberapa stasiun radio Jepang (Hoso Kyoku) menyadari bahwa radio merupakan alat yang diperlukan oleh pemerintah Republik Indonesia setelah Indonesia merdeka untuk berkomunikasi dan memberi tuntunan kepada rakyat mengenai apa yang harus dilakukan.

Setelah siaran radio Hosu Kyoku dihentikan tanggal 19 Agustus 1945, wakil-wakil radio Hosu Kyoku mengadakan pertemuan bersama pemerintah di Jakarta. Awalnya, para wakil radio ingin menghadap Presiden Soekarno di Pegangsaan Timur 56 tanggal 11 September, tetapi juru bicara pemerintah Sukarjo Wirjopranoto memberitahukan, bahwa hari itu presiden tidak dapat menerima delegasi radio. Namun, para wakil radio masih bisa menggelar pertemuan dengan pemerintah yang diwakili Sekretaris Negara Mr. A.G. Pringgodigo dan beberapa menteri di lokasi berbeda. Pertemuan tersebut digelar di Pejambon, 11 September 1945, pukul 17.00 WIB.

Para wakil radio tersebut sudah berkumpul di bekas gedung Raad Van Indje Pejambon dan diterima Sekretaris Negara. Delegasi radio yang saat itu mengikuti pertemuan adalah Abdulrahman Saleh, Adang Kadarusman, Soehardi, Soetarji Hardjolukita, Soemarmadi, Sudomomarto, Harto, dan Maladi.

Abdulrahman Saleh yang menjadi ketua delegasi menguraikan garis besar rencana pada pertemuan tersebut. Salah satunya adalah mengimbau pemerintah untuk mendirikan radio sebagai alat komunikasi antara pemerintah dengan rakyat mengingat tentara sekutu akan mendarat di Jakarta akhir September 1945. Radio dipilih sebagai alat komunikasi karena lebih cepat dan tidak mudah terputus saat pertempuran terjadi. Namun, untuk itu diperlukan peralatan pendukung. Delegasi radio pun menyarankan agar pemerintah menuntut Jepang supaya bisa menggunakan studio dan pemancar-pemancar radio Hosu Kyoku.

Mendengar hal itu, wakil pemerintah yang diwakili Sekretaris Negara Mr. A.G. Pringgodigo dan para menteri keberatan karena alat-alat tersebut sudah terdaftar sebagai barang inventaris sekutu dan memerlukan pembicaraan dengan pihak Sekutu. Adapun, penguasaan alat-alat tersebut dapat mengakibatkan bentrokan dengan Jepang. Perhitungan delegasi radio bahwa kedatangan tentara Inggris akan membawa pertempuran-pertempuran tidak dapat diterima oleh pemerintah. Para delegasi pun mengambil sikap untuk tetap meneruskan rencana mereka dengan memperhitungkan risiko peperangan.

Pada akhir pertemuan, Abdulrachman Saleh membuat simpulan antara lain, dibentuknya Persatuan Radio Republik Indonesia yang akan meneruskan penyiaran dari 8 stasiun di Jawa, mempersembahkan RRI kepada Presiden dan Pemerintah RI sebagai alat komunikasi dengan rakyat,

serta mengimbuai supaya semua hubungan antara pemerintah dan RRI disalurkan melalui Abdurachman Saleh.

Pemerintah mendukung simpulan tersebut dan siap membantu RRI walaupun mereka tidak sependapat dalam beberapa hal. Selanjutnya, delegasi dari 8 stasiun radio di Jawa mengadakan rapat di rumah Adang Kadarusman.

Para delegasi yang ikut rapat saat itu terdiri dari Soetaryo dari Purwokerto, Soemarmad dan Soedomomarto dari Yogyakarta; Soehardi dan Harto dari Semarang; Maladi dan Soetardi Hardjolukito dari Surakarta; Darya, Sakti Alamsyah dan Agus Marahsutan dari Bandung. Adang Kadarusman, Soeriodipuro, Tjatja, Jusuf Ronodipoero, Soekasmo, Sjawal, serta Muchtaruddin dari Jakarta. Dua daerah lainnya, Surabaya dan Malang tidak ada perwakilan. Hasil akhir dari rapat dengan acara tunggal "Perjuangan kita" itu adalah didirikannya RRI dengan Abdurachman Saleh sebagai pemimpinnya. Rapat juga menghasilkan piagam 11 September 1945, Tri Prasetya RRI.

RRI kemudian menjadi alat bagi pemerintah menyampaikan berita-berita kemerdekaan Indonesia.

Melalui RRI, Panglima Besar Jendral Sudirman menyampaikan perintah hariannya kepada seluruh Angkatan Perang Republik Indonesia. (Onong Uchjana Effendy, *Radio Siaran Teori dan Praktek*, Bandung: Mandar Maju, 1990, hlm. 65.)

Pada pada tanggal 12-13 Januari 1946 digelar Konferensi Radio di Surakarta yang dihadiri oleh perwakilan 8 (delapan) studio RRI dan menghasilkan keputusan bahwa Radio Republik Indonesia berstatus sebagai Jawatan Pemerintah dan berada dibawah Kementerian Penerangan serta diharuskan untuk menjalankan politik Pemerintah.

Sejak itu sampai tahun 1966, RRI merupakan satu-satunya badan penyelenggara siaran yang ada di Indonesia yang ditujukan untuk khalayak ramai.

Ya, RRI berkembang di tengah-tengah perjuangan rakyat yang dimulai ketika masa perjuangan fisik. RRI tampil sebagai media pemersatu bangsa dan menumbuhkan semangat perjuangan.

Radio Pemerintah

Setelah Orde Lama berakhir dan Orde Baru bergulir, RRI masih menjadi Radio Pemerintah Indonesia yang ditujukan untuk khalayak ramai. Pada masa Orde Baru, RRI dikendalikan pemerintah dengan fungsi sebagai media informasi dan hiburan. Selain berfungsi sebagai media informasi dan hiburan, materi siaran RRI pun berisi siaran pembangunan dan menyajikan acara pendidikan yang umumnya terkait dunia pertanian saat itu pemerintah memang menggaungkan Indonesia sebagai negara agraris alias negara yang berbasis pertanian.

Tak heran bila, pada 27 September 1969 di daerah-daerah pedesaan, RRI memulai melakukan siaran setelah mendapatkan instruksi dari Kepala Direktorat Penyuluhan Pertanian kepada 44 stasiun RRI dan 26 Dinas Pertanian rakyat tingkat provinsi di seluruh Indonesia berupa siaran pendidikan bagi masyarakat pedesaan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan serta memotivasi dalam pembangunan.

Saat itu, siaran pedesaan melalui media radio dinilai lebih efektif digunakan untuk masyarakat pedesaan yang memiliki tingkat pendidikan rendah bahkan banyak yang masih buta huruf. Penyampaian pesan pun dikemas lebih sederhana. Oleh karena itu, media siaran melalui radio sangat cocok untuk masyarakat pedesaan sehingga RRI bisa menjadi sebagai sumber informasi utama masyarakat pedesaan.

Bila pada tahun 1969, siaran pedesaan hanya diselenggarakan 56 jam sepekan oleh 30 stasiun penyiaran RRI siaran diselenggarakan dan dilakukan oleh 30 stasiun RRI, tahun berikutnya ditingkatkan. Pada tahun 1971, siaran pedesaan hanya diselenggarakan oleh 39 stasiun penyiaran RRI dan 35 radio daerah, sehingga jumlah jam siarannya meningkat menjadi 199 jam sepekan dan secara tetap radio penyiaran menjadi 500 jam acara pedesaan setiap pekannya.

Siaran pedesaan yang meningkat didorong dengan kehadiran kelompok pendengar siaran pedesaan yang terus berkembang dari tahun ke tahunnya dengan adanya kelompok pendengar sehingga kelompok pendengar tersebut membentuk Himpunan Kontak Tani, Pendidikan Kesejahteraan Keluarga Bagi Wanita, Kelompok Pemuda dan Kelompok Wanita Tani. Kualitas informasi yang diterima memberikan solusi terhadap berbagai permasalahan yang ada. Misalnya, RRI mendiskusikan materi siaran tentang masalah-masalah pertanian. Oleh karena itu, siaran pedesaan

diakui sebagai suatu komunikasi yang menunjang pembangunan nasional.

Ya, pada gilirannya, RRI memang dijadikan pemerintah Orde Baru sebagai radio yang dikendalikan pemerintah untuk berbagai informasi pembangunan nasional saat itu.

1.1.2 RRI Sebagai Lembaga Penyiaran Publik

Memasuki Orde Reformasi, sejumlah perubahan atas nama reformasi pun bergulir. Tak terkecuali, dunia penyiaran, khususnya radio. RRI yang sebelumnya dikenal selama puluhan tahun sebagai radio pemerintah diubah dengan kelahiran UU Penyiaran yakni UU No. 32 tahun 2002.

Lewat amanat UU Penyiaran inilah RRI ditetapkan sebagai lembaga Penyiaran Publik pada tahun 2005, beberapa tahun setelah UU No. 32 tahun 2002 tentang penyiaran lahir.

Menurut Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran, lembaga Penyiaran Publik yang dimaksud adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, bersifat independen, netral, tidak komersial dan berfungsi untuk layanan kepentingan publik. Sumber pembiayaan lembaga penyiaran publik berasal dari:

- 1) Iuran Penyiaran;
- 2) Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara atau Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah;
- 3) Sumbangan Masyarakat;
- 4) Siaran Iklan dan usaha lain yang sah terkait dengan penyelenggaraan penyiaran. Dan sebagai pertanggung-jawaban kepada publik, lembaga penyiaran publik setiap akhir tahun anggaran wajib membuat laporan keuangan yang di audit oleh akuntan publik dan hasilnya diumumkan melalui media massa.

Mengutip laman resmi RRI (<https://rri.co.id/profil>), RRI yang memiliki visi menjadikan LPP RRI radio berjaringan terluas, pembangun karakter bangsa, berkelas dunia, merupakan satu-satunya radio yang menyandang nama negara yang siarannya ditujukan untuk kepentingan bangsa dan negara. RRI sebagai Lembaga Penyiaran Publik yang independen, netral dan



Event RRI sebagai Lembaga Penyiaran Publik (sumber: Broadcastmagz).

tidak komersial yang berfungsi memberikan pelayanan siaran informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol sosial, serta menjaga citra positif bangsa di dunia internasional.

RRI hadir dengan tugas pokok memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat melalui penyelenggaraan penyiaran radio yang menjangkau seluruh wilayah NKRI. (PP.12/2005. Ps. 4).

Tugas LPP RRI dalam melayani seluruh lapisan masyarakat di seluruh wilayah NKRI tidak bisa dilayani dengan satu program saja, oleh karena itu RRI menyelenggarakan siaran dengan 4 program: Pro 1: Pusat siaran pemberdayaan masyarakat; Pro 2: Pusat siaran kreatifitas anak muda; Pro 3: Pusat siaran jaringan berita nasional dan kantor berita radio; Pro 4: Pusat siaran budaya dan pendidikan; VOI: Citra & Martabat bangsa di dunia internasional siaran setiap hari dengan 8 bahasa asing; serta Studio Produksi LN: Jembatan informasi Indonesia - LN dan LN – Indonesia.

RRI pun memiliki banyak peran sebagai pemberdaya masyarakat; pelestari budaya bangsa; pelestari lingkungan; media pendidikan; media diplomasi; media terdepan tanggap bencana; media penghubung tenaga kerja di Luar Negeri; media hiburan; serta sabuk pengaman informasi (Information Safety Belt).

Besarnya tugas dan fungsi RRI yang diberikan oleh negara melalui UU No 32 tahun 2002 tentang Penyiaran, PP 11 tahun 2005 tentang Lembaga Penyiaran Publik, serta PP 12 tahun 2005, RRI dikukuhkan sebagai satu-satunya lembaga penyiaran yang dapat berjaringan secara nasional dan dapat bekerja sama dalam siaran dengan lembaga penyiaran Asing.

Dengan kekuatan 62 stasiun penyiaran termasuk Siaran Luar Negeri dan 5 (lima) satuan kerja (satker) lainnya yaitu Pusat Pemberitaan, Pusat Penelitian dan Pengembangan (Puslitbangdiklat) Satuan Pengawasan Intern, serta diperkuat 16 studio produksi serta 11 perwakilan RRI di Luar negeri RRI memiliki 61 (enampuluh satu) program 1, 61 program 2, 61 program 3, 14 program 4 dan 7 studio produksi, maka RRI setara dengan 205 stasiun radio.

1.1.3 RRI dan Teknologi

Tahun ini, perjalanan RRI memasuki tahun ke-77. Dalam usia yang terbilang tak lagi muda, beragam terobosan teknologi senantiasa dilakukan. Sejatinya, dalam kondisi kekinian dan ke depan, RRI selalu memiliki energi untuk mencoba, mengadopsi, dan mengimplementasikan teknologi terbaru terkait dunia radio, mulai dari teknologi *Radio Automation* dengan menggunakan *Radio Automation* karya anak negeri bernama RBO, teknologi DAB yang merupakan format radio digital yang ditetapkan kelak digunakan sebagai standar radio digital di tanah air, hingga DRM.

1.1.3.1 Radio Automation

Radio Automation merupakan sebuah paket sistem Informasi Teknologi (IT) yang memungkinkan tim radio menjalankan proses kerja radio secara optimal, termasuk di dalamnya Sistem Player (di ruang siaran, digunakan oleh operator siaran atau penyiar), Traffic/Ad Scheduler (pengelolaan iklan, digunakan oleh Traffic Staff), Program Scheduler (untuk perencanaan program siaran, biasa digunakan oleh Program Director), Music Scheduler (bagi radio musik, digunakan oleh music director), News Scheduler (bagi radio berita, digunakan oleh news editor), dan beberapa opsi aplikasi lainnya terkait interaksi dengan pendengar seperti sistem pengelolaan telepon, SMS, media sosial (FB/Twitter/lainnya), website, dan lain lain. Kehadiran *Radio Automation* ini, tentunya diharapkan bisa memberi manfaat optimal bagi pengguna atau “stakeholder” penyiaran radio.

Bagi pemilik, penggunaan *Radio Automation* yang baik akan meningkatkan *brand equity* dari radionya. Sementara itu, bagi para pengelola radio, mereka dapat lebih efisien dan efektif dalam mengelola operasional radionya, dari mulai membuat perencanaan siaran, proses kontrol dan pelaksanaan siaran, pelaporan, sampai dengan analisis. Bagi klien pemasang iklan, penggunaan *Radio Automation* pada radio menjadi salah satu faktor utama dalam penentuan channel radio, iklan yang dijadwalkan akan lebih tepat waktu penayangannya, dan bukti siar yang dihasilkan dari *Radio Automation* tentunya meningkatkan tingkat kepercayaan para pengiklan. Selain itu, bagi pendengar, manfaat tidak langsung dapat dirasakan dalam menikmati siaran radio tersebut, seperti aspek “kesegeraan” dalam pencarian *materi request*, penggunaan berbagai *sound effect* atau *back sound* yang menarik, sampai kualitas audio yang tidak pernah menurun karena penggunaan *Radio Automation* juga mensyaratkan penggunaan format audio digital dalam playernya.

Dalam kondisi kekinian, hal ini merupakan keniscayaan. Artinya, sebuah stasiun radio pasti memerlukannya. Tak terkecuali RRI.

Saat ini sudah cukup banyak *brand* baik mancanegara maupun lokal yang menawarkan sistem *Radio Automation*, baik yang terintegrasi maupun yang partial sesuai fungsi yang diperlukan. Beberapa *brand* awalnya lahir untuk menjawab kegelisahan atau pertanyaan terkait bukti siar yang kerap kali diminta pemasang iklan terlepas ia mendengarkan iklan tersebut disiarkan atau tidak, sisanya terus mengembangkan sesuai perkembangan teknologi yang melibatkan jejaring sosial. Umumnya mereka menawarkan fitur yang bisa dipertimbangkan dan dipilih sebuah stasiun radio. Fitur yang melekat tersebut, antara lain:

1. Pemenuhan semua fungsi utama (perencanaan, pelaksanaan, kontrol, report, dan analisis)
2. Integrasi Sistem
 - a. Di dalam *Radio Automation*, baik penggunaan satu *brand* untuk sistem yang terintegrasi maupun menggunakan beberapa brand yang *open system*;
 - b. Kepada sistem di luar *Radio Automation*. Misalnya, interkoneksi laporan siar/invoice terhadap software keuangan.
3. *User friendly*, dalam arti kemudahan bagi para user, kadang tampilan yang mewah dan menarik belum tentu memudahkan user. Sebaliknya, tampilan yang sederhana bisa jadi dapat memenuhi seluruh kebutuhan sistem operasi radio.
4. Fleksibilitas dan dukungan teknis, adanya kemudahan modifikasi jika terjadi perubahan dalam proses kerja radio, apakah bisa dilakukan oleh tim internal, oleh developer, atau oleh jasa teknis outsource.
5. Terakhir, tentu saja biaya, baik biaya pemasangan atau instalasi maupun biaya bulanan, karena sebegus apa pun sistem yang ditawarkan komponen biaya harus dihitung dengan tepat sehingga dapat dipilih aplikasi yang paling optimal dan efisien sesuai dengan kondisi dan kebutuhan dari radio tersebut.

Dari sejumlah aplikasi *Radio Automation* yang memiliki fitur standar tersebut, sebuah produk anak bangsa pun dipilih RRI. Namanya RBO (Radio Broadcast Organizer).

RBO (Radio Broadcast Organizer)

RBO muncul sekitar tahun 2003. Pada awalnya RBO dibuat untuk menjawab kekosongan terhadap software otomatisasi siaran yang ada pada waktu itu. Rata-rata radio di Indonesia masih menggunakan aplikasi pemutar lagu sederhana seperti winamp. Untuk radio-radio yang lebih modern mereka menggunakan aplikasi yang lebih kompleks seperti Raduga, dll. Akan tetapi, produk tersebut masih dianggap kurang mewakili kebutuhan radio-radio di Indonesia, seperti kebutuhan akan interaktif sosial seperti SMS dan telepon masih sangat kental.

Software-software yang ada di pasaran juga kebanyakan bukan buatan Indonesia, sehingga dukungan dan proses pembeliannya juga dianggap sulit oleh pemilik radio di Indonesia. Sehingga tidak sedikit dari mereka yang menggunakan aplikasi bajakan. Versi awalnya adalah versi 1 dan tahun 2015 sudah versi 4.2.

Software ini memiliki sejumlah fitur yang sangat lengkap yang mencakup modul utama siaran seperti Playlist Pemutar lagu yang *user friendly*; Deck Playlist (Penyiar bisa mengoperasikan playlist dari beberapa deck yang berbeda); Multi-Soundcard Support; Playlist Schedule & Automation; Playlist Auto generate by pattern; Commercial Schedule & Report/Billing; Time Signal Integration; Integration with SMS & Phonebook; Fitur SMS Polling untuk Quiz; Advance Reporting; News Composer & Reader; News Report & Control; dan Social Media Integration (Facebook, Twitter, Youtube).

Network Support : Local Client Server Application; User Access Right Control (User yang beda memiliki akses yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing). Adapun, untuk fitur terbarunya adalah *Android Client Remote Control*, yang memungkinkan user mengendalikan RBO di komputer siaran dari tablet android dengan fitur-fitur yang bisa dilakukan seperti Pemutar Playlist, Pembaca SMS, dan Pembaca Berita. Fitur ini bermanfaat untuk acara talkshow/live yang memungkinkan penyiar dapat melakukan siaran tanpa harus berada di depan mixer dan tanpa dibantu oleh operator.

Dengan menggunakan RBO, saat ini semua laporan/bukti siar RRI dari seluruh stasiun di Indonesia bisa disentralisasi di database di RRI Pusat Jakarta, sehingga kontrol dan sistem pelaporan seperti tayangan iklan menjadi lebih mudah.

1.1.3.2 Radio Digital

Radio digital merupakan teknologi radio yang mengirimkan informasi menggunakan sinyal digital. Radio digital adalah generasi penerus dari radio analog. Radio ini memiliki banyak kelebihan seperti suara yang lebih jernih dibanding radio analog, mutu sinyal yang lebih bagus, dan berbagai fasilitas lain seperti dapat dihentikan sejenak (*pause*), diputar ulang (*rewind*), atau disimpan sementara apabila ingin mendengarkannya nanti. RRI merupakan perintis siaran radio digital di Indonesia.

DAB dan DAB+

Bulan September 2012, KOMINFO bersama RRI dan beberapa stasiun radio anggota asosiasi radio swasta menyelenggarakan workshop di Jakarta, dengan mengundang pakar DAB+ dari Asia-Pacific Broadcasting Union (ABU). ABU adalah organisasi penyiaran se-Asia Pasifik yang sekretariatnya ada di Kuala Lumpur, Malaysia. Pada workshop yang dihadiri sekitar 100 orang tersebut diberikan teori dan praktik lapangan selama empat hari.

Pada workshop yang dihadiri sekitar 100 orang tersebut diberikan teori dan praktik lapangan selama 4 hari. Pada akhir tahun 2012 atau awal tahun 2013, RRI juga mulai mengoperasikan pemancar radio digital DAB+ di Jakarta, bekerja sama dengan beberapa radio swasta untuk menyediakan konten radio digital. Kegiatan serupa kembali digelar. Kali ini diadakan di sebuah hotel di Jakarta Pusat, selama tiga hari, yang dimulai pada tanggal 17-19 November 2014. Dalam kegiatan ini, narasumber utama hanya satu orang yakni Dr. Les Sabel, dari Australia. Hal ini semua merupakan bagian atau rangkaian sosialisasi agar sistem DAB family yang telah ditetapkan pemerintah via KOMINFO sebagai standar penyiaran digital untuk radio bisa lebih mudah dipahami dan untuk seterusnya mulai diimplementasikan.

Kemudian, RRI pun mengoperasikan pemancar radio digital DAB+ di Jakarta, dan pada bulan Maret 2016, LPP RRI Stasiun Jakarta meresmikan peluncuran Digital Audio Broadcasting Plus (DAB+), berupa studio konvergensi media, media radio visual, dan optimalisasi kanal DAB RRI. Peresmian dilakukan Direktur Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) R. Niken Widiastuti di Gedung RRI, Medan Merdeka Barat Jakarta.

Perlu diketahui, Teknologi DAB yang juga dikenal dengan Eureka 147, telah dikembangkan sejak awal tahun 1980-an, yang awalnya diadopsi oleh beberapa negara di Eropa, saat ini sudah diadopsi secara luas di seluruh dunia. Pesawat penerima DAB sudah tersedia di pasar sejak pertengahan 1998 dan saat ini harganya sudah menjadi sangat *affordable*. Teknologi berbasis MPEG-1 Audio Layer II audio codec ini dikembangkan dan dikoordinasikan oleh WorldDMB. Dalam perkembangannya pada November tahun 2006 dikembangkan teknologi DAB+ yang lebih sempurna yang berbasis HE-AACv2 audio codec, yang juga dikenal sebagai eAAC+.

DRM

Saat ini, ada beberapa standar radio digital yang sudah dikenalkan oleh International Telecommunications Union (ITU), selain DAB (Digital Audio Broadcasting), ada DRM (Digital Radio Mondiale). Keduanya merupakan standar yang mengacu pada teknologi yang berasal dari Eropa, sedangkan HD-Radio/IBOC (In-Band On-Channel) dari Amerika Serikat dan ISDB-TSB (Integrated Services Digital Broadcasting – Terrestrial Sound Broadcasting) merupakan standar radio digital dari Jepang.

Digital Radio Mondiale™ (DRM) merupakan suatu standar sistem penyiaran digital yang terbuka untuk semua frekuensi penyiaran yang dikembangkan oleh konsorsium DRM sejak tahun 1998. Peserta Konsorsium yang ikut adalah Fraunhofer IIS, Gates Air, RF Mondial, dan Transradio.

DRM dapat menjadi solusi atas kebutuhan kanal frekuensi radio untuk keperluan radio siaran, baik di pita frekuensi radio MF, maupun VHF Band 2. Secara umum, setiap kanal frekuensi radio DRM dapat menampung sampai empat program siaran full audio, atau tiga program siaran (audio) beserta text data (dapat dimanfaatkan sebagai media berita, iklan, informasi publik, dan sebagainya).

Selain DAB+, RRI pun mencoba DRM yang kemungkinan digunakan sebagai “pelengkap” dari DAB+ yang sudah lebih awal digunakan.

Hal ini dikukuhkan RRI dengan melakukan penandatanganan kerja sama bidang transmisi dengan Konsorsium DRM pada acara pertemuan Asia Pasific Broadcasting Union (ABU). Penandatanganan dilakukan Direktur Utama LPP RRI (saat itu) Niken Widiastuti dan Ketua Konsorsium DRM Ruxandra Obreja di Istanbul, Turki, Rabu, tanggal 28 Oktober 2015. Kemudian, ditindaklanjuti dengan sejumlah uji coba dan evaluasi dengan melibatkan lembaga lain. Misalnya, bersama Kementerian Komunikasi dan Informatika melakukan pengukuran evaluasi uji coba dan pengukuran teknologi Digital Radio Mondiale (DRM) di wilayah Pelabuhan Ratu, Sukabumi, Jawa Barat, Juli 2020.

Siaran digital inilah salah satu yang berbeda antara LPP RRI dengan penyiaran radio swasta. Chester, Garrison, dan Willis dalam *Television and Radio* menyebutkan, “*Television and radio must be responsive to the need and interest of the communities in which they are located*”.

1.1.3.3 RRI dan Aplikasi

Pada era digital seperti saat ini, Radio Republik Indonesia tak mau ketinggalan saat orang-orang lebih suka dan lebih mudah mengakses informasi juga hiburan melalui smartphone yang ada dalam genggamannya. Dengan kata lain, informasi dan hiburan kini hanya lewat ujung jari. Berdasarkan pemikiran tersebut, RRI pun meluncurkan aplikasi siaran radio.

RRIPlay

Aplikasi ini diluncurkan RRI pada akhir tahun 2013. Inovasi diciptakan sebagai wujud kesadaran RRI terhadap pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi.

Aplikasi RRIPlay yang mengusung tagline “RRI di Ujung Jari” dapat diakses melalui smartphone berbasis android dengan cara mengunduh melalui play store atau untuk iPhone melalui App Store.

Dengan RRIPlay yang berisi beragam fitur aplikasi, masyarakat dapat mengakses sedikitnya 157 channel program, 6 channel musik serta 6 Channel Radio Picture. Juga, memberi kemudahan membaca berita dengan pilihan sumber berita dari 70 Lebih Kantor Berita Radio RRI Se-Indonesia Dengan Berbagai Kategori, Audio On Demand, dan Bookmark Berita.

Be Young

Be Young merupakan aplikasi kedua yang dirilis RRI setelah RRIPlay. Be Young, seperti namanya, merupakan aplikasi yang ditujukan untuk segmen anak muda yang atraktif, kreatif, dan tetap ingin berjiwa muda. Be Young tampil lebih percaya diri karena didukung browser opera yang bermakna di Oslo, Norwegia.

Aplikasi ini diujicobakan pertama kali saat pesta tahunan “Bintang Radio 2015” yang diselenggarakan di Kupang, NTT, dan secara bersamaan disambungkan ke Opera Mini. Hasilnya, dalam tempo 4-5 hari, Be Young mencatat sedikitnya 200.000 likes.

Be Young menghadirkan beragam fitur seperti Bank Musik yang bisa membuat Playlist dan mendengarkan musik melalui koleksi Bank Musik Terbaik Pro2 RRI; Band Indie yang menyuguhkan Talenta Musik Indonesia melalui Channel Band Indie Pro2 Network Se-Indonesia; Audio Podcast Pilihan Dari Pro2 Se-Indonesia; serta Blog yang berisikan informasi terkini seputar Lifestyle, Komunitas, Kuliner, Wisata, dll.

RRI 30"

Setelah Be Young, RRI menghadirkan aplikasi RRI 30" (RRI 30 detik) yang mengusung citizen Journalism. Tak heran, bila RRI 30" menjadi aplikasi media reportase warga untuk menyampaikan berita atau info peristiwa melalui platform aplikasi online (web dan mobile apps). Melalui aplikasi ini, publik dapat terlibat untuk menyampaikan berbagai laporan atau reportase atau informasi berupa teks, foto, dan audio rekaman reportase (multipurpose content). RRI 30" pun menjadi aplikasi News Mobile CMS bagi jurnalis RRI yang terkoneksi dengan rri.co.id. Sayangnya, aplikasi ini tidak berkembang.

RRI SPRINT

Tahun 2021, tepatnya 10 Maret 2021, RRI meluncurkan aplikasi SPRINT untuk bisa mengolah data dengan berbagai macam tipe, mulai dari teks, audio, video bahkan infografis.

Sejatinya, Sistem Pelacak Ragam Informasi News Terkini (SPRINT) sebagai produk digital dihadirkan RRI Indonesia untuk memberikan insight, analytic dan search terhadap konten dan produk digital RRI.

Sistem arsitektur bigdata yang dilandasi dengan kekuatan teknologi artificial intelligence RRI, dengan mengembangkan teknologi Big Data Analytic dan Artificial Intelligence untuk bisa menggali dan memperoleh insight pada data yang selama ini telah dimiliki.

Informasi atau berita yang RRI suguhkan dalam bentuk teks, audio, gambar, video dan dokumen bersifat terkini dan terverifikasi, berasal dari RRI Se-Indonesia dan kontributor RRI di luar negeri. RRI Sprint dapat diakses di rri.co.id.

1.2 Radio Swasta Nasional

Kehadiran radio swasta di tanah air sedari awal turut berperan besar dalam menemani perjalanan sejarah Negara Kesatuan Republik Indonesia, sejak masa penjajahan Belanda, bahkan hingga kini.

Selama masa penjajahan Belanda, stasiun radio yang beroperasi umumnya adalah milik swasta. Setelah Bataviase Radio Vereniging (BRV) yang merupakan radio pemerintah Hindia Belanda yang didukung oleh wartawan dan pengusaha Belanda memulai siaran perdananya 16 Juni 1925 di salah satu ruangan Hotel des Indes yang terletak di sudut Harmoni,

Jakarta, berbagai stasiun radio lain pun mulai bermunculan, diantaranya adalah Nederlandsch Indische Radio Omroep Mij (NIROM) yang merupakan perkumpulan radio.

Pada tahun pertama program siaran NIROM dititikberatkan kepada siaran bahasa Belanda, kemudian diperluas dengan program "ketimuran" yang ditujukan kepada pendengar-pendengar bahasa Indonesia. NIROM pun menyebarkan doktrin-doktrin dari "etische politiek" pemerintah kolonial untuk mengimbangi makin meningkatnya aksi kebangsaan di Indonesia.

NIROM memperoleh lisensi dari pemerintah Hindia Belanda untuk menyelenggarakan siaran radio dengan program yang lengkap dan berhak menerima pajak radio, semakin banyak masyarakat yang memiliki pesawat radio, semakin besar uang yang diterima oleh NIROM sehingga NIROM dapat dengan leluasa memperluas jangkauan siarannya dengan meningkatkan daya pancar, memperbanyak jumlah stasiun relay di beberapa kota di Jawa seperti Bandung, Cirebon, Tegal, Pekalongan, Semarang, Sala, Yogyakarta, Magelang, Surabaya, dan Malang.

Dengan fasilitas-fasilitas tersebut, NIROM sebenarnya radio "setengah resmi" dari pemerintah Hindia Belanda. Selain NIROM, juga muncul radio swasta Meyers Omroep Voor Allen (MOVA) yang didirikan Mr. Meyers, dan Algemeene Vereniging Radio Omroep Ajang (AVROM) di Medan.

Seiring dengan itu, seolah tak mau ketinggalan, radio-radio yang dimotori kaum pribumi pun bermunculan. Diawali dengan kehadiran SRV (Solosche Radio Vereniging) di Kota Solo yang memulai siaran tanggal **1 April** tahun 1933. Tanggal ini kemudian diperingati sebagai Hari Penyiaran Nasional (Hasiarnas) melalui Keputusan Presiden (Keppres) Nomor 9 Tahun 2019. Kehadiran radio ini tak lepas dari dukungan tokoh bernama Mangkunegoro VII dan Ir. Sarsito Mangunkusumo.

Kemudian, hadir VORO (Vereniging Oostersche Radio Omroep) di Jakarta pada tahun 1934; VORL (Vereniging Oostersche Radio Luistraas) di Bandung; CIRVO (Chinesse en Intreemse Radio Luisteraars Vereniging Oost Jawa) di Surabaya; EMRO (Eerste Madioense Radio Omroep) di Madiun; MAVRO (Mataramse Vereniging Voor Radio Omroep) di Yogyakarta; serta Radio Semarang di Semarang tahun 1936.

Radio-radio ini umumnya menyiarkan berbagai jenis-jenis informasi yang bersifat ketimuran seperti kebudayaan, kesenian, dan pergerakan nasionalisme.

Kehadiran radio-radio yang dikelola pribumi memang senantiasa

memercikkan semangat kebangsaan. Dengan semangat itu pula, radio-radio membentuk Perikatan Perkumpulan Radio Ketimuran yang disingkat PPRK pada tanggal 29 Maret 1937. Tujuannya, memajukan seni dan budaya Indonesia. Dua bulan kemudian, tepatnya tanggal 7 Mei 1937, PPRK mengadakan pertemuan dengan NIROM dan menghasilkan kesepakatan bahwa siaran ketimuran dilakukan oleh PPRK dan teknisnya diselenggarakan oleh NIROM.

Pada tahun 1942, Jepang masuk ke Indonesia. Jepang berkuasa di Indonesia selama tiga setengah tahun dan menguasai semua radio siaran swasta yang ada. Berbagai program siaran diarahkan untuk membentuk propaganda Perang Asia Timur Raya.

Selepas Jepang hengkang dari Indonesia, radio-radio kembali bergerak. Mereka menggelar Konferensi Radio di Surakarta pada tanggal 12-13 Januari 1946 yang dihadiri oleh perwakilan 8 (delapan) studio RRI dan menghasilkan keputusan bahwa Radio Republik Indonesia berstatus sebagai Jawatan Pemerintah dan berada dibawah Kementerian Penerangan serta diharuskan untuk menjalankan politik Pemerintah.

Selepas Jepang hengkang dari Indonesia, radio-radio kembali bergerak. Mereka menggelar Konferensi Radio di Surakarta pada tanggal 12-13 Januari 1946 yang menghasilkan keputusan bahwa Radio Republik Indonesia berstatus sebagai Jawatan Pemerintah dan berada dibawah Kementerian Penerangan serta diharuskan untuk menjalankan politik Pemerintah. Kondisi ini membuat radio siaran swasta kurang aktif hingga masa Orde Lama berakhir karena pada masa Orde Lama, radio siaran diselenggarakan sepenuhnya oleh Pemerintah yakni Radio Republik Indonesia (RRI).

Dampak dari perkembangan situasi negara Indonesia yang mulai tumbuh, tahun 1960-an banyak radio-radio eksperimen mulai beroperasi di seluruh Indonesia dan dikenal sebagai Radio Amatir (RADAM) atau Radio Eksperimen (RADEKS), beroperasi di frekuensi Short Wave (SW). Perkembangan radio amatir dan radio eksperimen membuat Pemerintah Indonesia kewalahan, semakin banyaknya sehingga pada tahun 1970 akhirnya Pemerintah menerbitkan Peraturan Pemerintah Nomor 55 tahun 1970 tentang Radio Siaran Non Pemerintah (RSNP), menertibkan keberadaan belantara radio siaran di Indonesia. Penertiban tersebut membuat banyak pemilik radio amatir dan radio eksperimen kalang kabut, jika ingin tetap mengudara wajib membuat PT (Perusahaan Terbatas) dan harus dikelola dengan memiliki izin dengan persyaratan yang sudah diamanatkan oleh peraturan tersebut.

Pertengahan tahun 1970 di udara Indonesia beroperasi Radio Swasta,

RRI, Radio Pemerintah Daerah, Radio Departemental (Pertanian). Radio terus tumbuh tahun 1971 mulailah Radio swasta beroperasi secara resmi di frekuensi Medium Wave (MW).

Dekade tahun 1970-an inilah perjalanan awal masa keemasan radio-radio swasta komersial karena televisi hanya ada satu di Indonesia yaitu TVRI (Televisi Republik Indonesia).

Namun dalam perjalanannya pengelola radio swasta tahun 1974, atas kesepakatan ratusan stasiun radio swasta komersial dari berbagai daerah di Indonesia membentuk wadah organisasi bersama. Untuk itu, tepatnya, pada tanggal 16-17 Desember 1974, radio-radio siaran swasta yang dimotori Persatuan Radio Siaran Jakarta didukung tokoh-tokoh asosiasi diantaranya Persatuan Broadcaster Bandung (PBB), Persatuan Radio Siaran Jawa Tengah (PRSJT) atau tokoh Radio siaran swasta berbagai daerah menggelar Kongres Pertama Radio Siaran Swasta se-Indonesia di di Balai Sidang Senayan Jakarta yang dihadiri oleh perwakilan dari 173 radio siaran swasta dari 34 kota di 12 provinsi yang ada di Indonesia.

Kongres tersebut menghasilkan keputusan untuk membentuk sebuah organisasi bagi radio siaran swasta di Indonesia yang dinamakan Persatuan Radio Siaran Swasta Niaga Indonesia atau PRSSNI. Layaknya sebuah organisasi, PRSSNI memiliki Anggaran Dasar, Anggaran Rumah Tangga, Kode Etik/Standar Profesional Penyelenggaraan Radio Siaran, serta Program Umum. PRSSNI memiliki perangkat organisasi, sistem dan mekanisme organisasi, yang pada setiap periode persidangan Munas diperbaharui, diselaraskan dengan kebutuhan. Tujuan utama PRSSNI adalah mewujudkan dan meningkatkan peran anggota dalam mencerdaskan dan mensejahterakan bangsa dengan memperjuangkan dan membela kepentingan anggota serta turut menciptakan kondisi yang menguntungkan bagi pengembangan industri radio siaran.

Sejak itu, PRSSNI menggelar Munas secara rutin dan bertambah anggotanya. Berbagai keputusan penting pun dilahirkan.

Pada tahun 1983, PRSSNI menggelar Munas ke IV di Bandung, Jawa Barat, dan menghasilkan keputusan penggantian istilah "Niaga" dengan "Nasional" sehingga PRSSNI menjadi Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia.

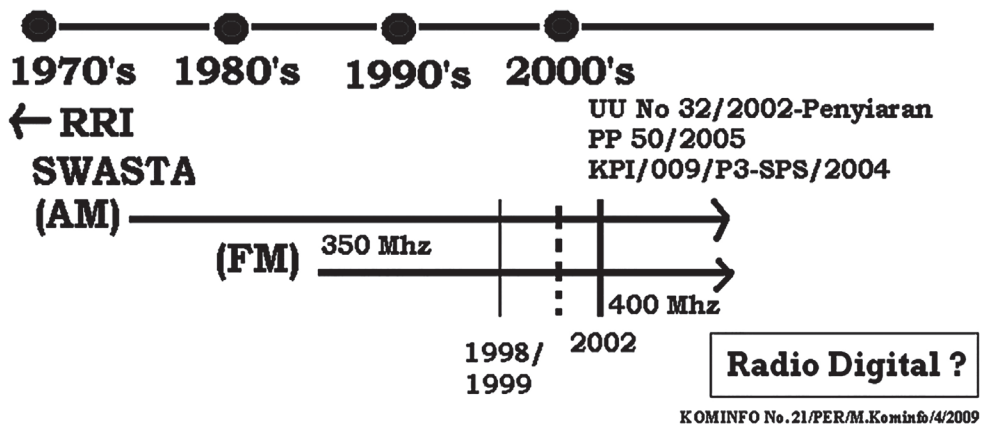
Di bawah naungan PRSSNI yang menjadi organisasi radio siaran satu-satunya saat itu, radio swasta boleh dibilang meneruskan masa keemasan yang sudah dimulai sejak era 70-an berlanjut ke dekade 1980-an. Terlebih lagi sekitar tahun 1983, radio swasta mulai beroperasi di frekuensi FM dengan teknik pancaran stereo yang secara kualitas audio jauh lebih

baik dibandingkan dengan kanal frekuensi AM (Amplitudo Modulation) sehingga semakin menarik perhatian sekaligus mengikat perhatian khalayak. Tak heran, sejak era tersebut, radio-radio baru terus bermunculan. Hal ini bisa terekam dalam catatan keanggotaan PRSSNI yang menjadi asosiasi industri media radio Indonesia yang pertama dan terbesar di Indonesia.

Pertumbuhan anggota PRSSNI tahun 1974 sebanyak 223 radio anggota, kemudian tahun 1989 bertambah menjadi 451 anggota, 1995 tumbuh menjadi 647 anggota, bergerak lagi pertambahan anggota di tahun 2000 menjadi 774 anggota, dan sejak 2005 hingga Juni tahun 2008, tercatat bertambah anggota menjadi berjumlah 847 stasiun penyiaran radio swasta. Boleh jadi dalam dekade 2000-an tersebut jumlah anggota stasiun penyiaran radio di Indonesia terus meningkat, belum termasuk stasiun penyiaran radio swasta baru yang sudah mengudara dan memiliki IPP (Izin Penyelenggaraan Penyiaran) namun belum menjadi anggota PRSSNI.

Penulis memperkirakan jumlahnya bertambah hingga ribuan jumlah stasiun penyiaran radio di Indonesia. Prediksi bertambahnya lembaga penyiaran radio diungkapkan oleh Menteri Koinfo, Mohammad Nuh dalam rapat kerja Depkominfo dengan Komisi I DPR RI, Kamis, 26 Juni 2008, yang menyebutkan bahwa jumlah permohonan IPP (Izin Penyelenggaraan Penyiaran) sudah mencapai 2425 pemohon yang terdiri dari 2167 radio : 109 LPP (Lembaga Penyiaran Publik), 1707 LPS (Lembaga Penyiaran Swasta, 351 LPK (Lembaga Penyiaran Komunitas).

Pertumbuhan lembaga penyiaran radio di Indonesia era tahun 2000-an ini tidak terlepas dari perubahan regulasi dan persepsi pebisnis penyiaran radio, bahwa memiliki stasiun penyiaran radio sangat menarik dan menguntungkan, sehingga tidak heran para peminat lahan bisnis media radio ini berlomba-lomba untuk mendapatkan izin penyelenggaraan penyiaran, akan tetapi dalam proses mendirikan lembaga penyiaran radio ini, para pebisnis radio perlu mempersiapkan perencanaan yang matang mulai dari pra operasi hingga implementasi siaran yang berkelanjutan.



- **Stakeholder semakin meluas**
(Masyarakat, Pendengar, Pemerintah, Regulator Penyiaran, Industri Periklanan, Industri Media, Industri Musik, Fabrikasi/Agent/ Distributor Penyiaran, LSM Media, Perguruan Tinggi Komunikasi, Pemegang Saham, Praktisi/Broadcaster)
- **Persepsi masyarakat terhadap radio beragam**
- **Bisnis Radio Semakin diminati.... tumbuh dimana-mana**

Gambar 1.1. Ilustrasi perkembangan radio di Indonesia

Namun sejak sepuluh tahun terakhir, radio siaran swasta yang kini lebih dikenal dengan sebutan **Lembaga Penyiaran Radio Swasta** yang didefinisikan Undang-Undang No 32 Tahun 2002 tentang penyiaran sebagai lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia, yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran radio. Sumber pembiayaan lembaga penyiaran radio swasta diperoleh dari siaran iklan dan usaha lain yang sah dan terkait dengan penyelenggaraan penyiaran ini mengalami penurunan dari sisi jumlah radio swasta yang eksis bersiaran. Pengelolaan manajemen radio yang tidak disertai passion dunia radio yang kuat, kreativitas yang minim, dan percepatan digitalisasi dunia radio dengan perkembangan pesat dunia internet sehingga khalayak semakin memiliki banyak opsi media kerap kali disebut sebagai pemicu penyusutan jumlah radio swasta yang eksis bersiaran baik secara on air maupun online.

BAB 2

UU PENYIARAN DAN KPI, PENATA KEHIDUPAN RADIO

Reformasi yang bergulir pasca-Presiden Soeharto lengser memberi dampak signifikan terhadap perubahan kehidupan dunia radio. Salah satunya dengan kelahiran UU Penyiaran Nomor 32 tahun 2002. Lewat UU Penyiaran ini, penyiaran, yang pada era Orde Baru berada dalam genggaman pemerintah melalui Departemen Penerangan, dikembalikan dalam domain publik.

2.1 UU Penyiaran dan Implementasi

UU Penyiaran ini walaupun tidak sepenuhnya sempurna, terlebih saat ini teknologi berkembang pesat yang berimbas kepada penyiaran, dapat menjadi sarana untuk mewujudkan sistem penyiaran yang demokratis. Beberapa pokok pemikiran yang demokratis dari UU Nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran dapat dilihat dari diakuinya Komisi Penyiaran Indonesia

(KPI) sebagai lembaga negara yang bersifat independen mengatur hal-hal mengenai penyiaran dan berfungsi mewakili aspirasi dan mewakili kepentingan masyarakat terhadap penyiaran serta diawasi oleh Dewan Perwakilan Rakyat selaku representasi rakyat.

Walaupun KPI dalam regulasi ini tidak memiliki kekuasaan penuh untuk mengatur sistem penyiaran di Indonesia, karena harus berbagi peran dengan pemerintah terutama dalam hal perizinan, tapi keberadaan lembaga independen ini mampu mencirikan regulasi penyiaran yang demokratis.

UU Nomor 32 tahun 2002 pun membagi jenis media penyiaran menjadi empat pemain, yaitu Lembaga Penyiaran Publik yang hanya disandang RRI dan TVRI, Lembaga Penyiaran Swasta, Lembaga Penyiaran Komunitas, dan Lembaga Penyiaran Berlangganan. Klasifikasi lembaga penyiaran ini mencerminkan pluralitas kepemilikan dan isi media yang dapat menjadi saluran informasi berbagai kalangan di masyarakat. Hal mengenai monopoli dan modal asing pada media penyiaran, juga dibatasi.

2.2 KPI

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) adalah sebuah lembaga independen di Indonesia yang kedudukannya setingkat dengan lembaga negara lainnya yang berfungsi sebagai regulator penyelenggaraan penyiaran di Indonesia. KPI terdiri atas Lembaga Komisi Penyiaran Indonesia Pusat (KPI Pusat) dan Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) yang bekerja di wilayah setingkat Provinsi. Wewenang dan lingkup tugas Komisi Penyiaran meliputi pengaturan penyiaran yang diselenggarakan oleh Lembaga Penyiaran Publik, Lembaga Penyiaran Swasta, dan Lembaga Penyiaran Komunitas.

Latar Belakang

Undang-undang Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002 merupakan dasar utama bagi pembentukan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Semangatnya adalah pengelolaan sistem penyiaran yang merupakan ranah publik harus dikelola oleh sebuah badan independen yang bebas dari baik campur tangan pemodal maupun kepentingan kekuasaan. Berbeda dengan

semangat dalam Undang-undang penyiaran sebelumnya, yaitu Undang-undang No. 24 Tahun 1997 pasal 7 yang berbunyi “Penyiaran dikuasai oleh negara yang pembinaan dan pengendaliannya dilakukan oleh pemerintah”, menunjukkan bahwa penyiaran pada masa itu merupakan bagian dari instrumen kekuasaan yang digunakan untuk semata-mata bagi kepentingan pemerintah.

Proses demokratisasi di Indonesia menempatkan publik sebagai pemilik dan pengendali utama ranah penyiaran karena frekuensi adalah milik publik dan sifatnya terbatas. Untuk itu, penggunaannya harus sebesar-besarnya bagi kepentingan publik. Hal ini berarti media penyiaran harus menjalankan fungsi pelayanan informasi publik yang sehat. Informasi terdiri dari bermacam-macam bentuk, mulai dari berita, hiburan, hingga ilmu pengetahuan.

Dasar dari fungsi pelayanan informasi yang sehat adalah seperti yang tertuang dalam Undang-Undang Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002 yaitu *Diversity of Content* (prinsip keberagaman isi) dan *Diversity of Ownership* (prinsip keberagaman kepemilikan).

Kedua prinsip tersebut menjadi landasan bagi setiap kebijakan yang dirumuskan oleh KPI. Pelayanan informasi yang sehat berdasarkan *prinsip keberagaman isi* adalah tersedianya informasi yang beragam bagi publik baik berdasarkan jenis program maupun isi program. Sedangkan *prinsip keberagaman kepemilikan* adalah jaminan bahwa kepemilikan media massa yang ada di Indonesia tidak terpusat dan dimonopoli oleh segelintir orang atau lembaga saja.

Prinsip ini juga menjamin iklim persaingan yang sehat antara pengelola media massa dalam dunia penyiaran di Indonesia.

Proses demokratisasi di Indonesia menempatkan publik sebagai pemilik dan pengendali utama ranah penyiaran karena frekuensi adalah milik publik dan sifatnya terbatas. Untuk itu, penggunaannya harus sebesar-besarnya bagi kepentingan publik.



Kantor Komisi Penyiaran Indonesia di kawasan Jalan Ir. H. Juanda, Jakarta Pusat.

Sejatinya, Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran lahir dengan dua semangat utama, pertama pengelolaan sistem penyiaran harus bebas dari berbagai kepentingan karena penyiaran merupakan ranah publik dan digunakan sebesar-besarnya untuk kepentingan publik. Kedua adalah semangat untuk menguatkan entitas lokal dalam semangat otonomi daerah dengan pemberlakuan sistem siaran berjaringan.

Maka sejak Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 disahkan terjadi perubahan fundamental dalam pengelolaan sistem penyiaran di Indonesia, yang intinya adalah semangat untuk melindungi hak masyarakat secara lebih merata. Perubahan paling mendasar dalam semangat UU ini adalah adanya *limited transfer of authority* dari pengelolaan penyiaran yang selama ini merupakan hak eksklusif pemerintah kepada sebuah badan pengatur independen (*independent regulatory body*) bernama Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Independen yang dimaksudkan adalah untuk mempertegas bahwa pengelolaan sistem penyiaran yang merupakan ranah publik harus dikelola oleh sebuah badan yang bebas dari intervensi modal dan kepentingan kekuasaan.

Struktur Kelembagaan

Berdasarkan Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002, *Komisi Penyiaran Indonesia* terdiri atas KPI Pusat dan KPI Daerah (tingkat provinsi). Anggota KPI Pusat (9 orang) dipilih oleh Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) RI dan KPI Daerah (7 orang) dipilih oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) tingkat provinsi. Dan selanjutnya, anggaran untuk program kerja KPI Pusat dibiayai oleh APBN (Anggaran Pendapatan Belanja Negara) dan KPI Daerah dibiayai oleh APBD (Anggaran Pendapatan Belanja Daerah) masing-masing provinsi.

Dalam pelaksanaan tugasnya, KPI dibantu oleh sekretariat tingkat eselon II yang stafnya terdiri dari staf pegawai negeri sipil (PNS) serta staf profesional non-PNS. KPI merupakan wujud peran serta masyarakat berfungsi mewadahi aspirasi serta mewakili kepentingan masyarakat terhadap penyiaran harus mengembangkan program-program kerja hingga akhir kerja dengan selalu memperhatikan tujuan yang diamanatkan Undang-Undang Nomor 32 tahun 2002 Pasal 3:

“Penyiaran diselenggarakan dengan tujuan untuk memperkuat integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil, dan sejahtera, serta menumbuhkan industri penyiaran Indonesia”.

Untuk mencapai tujuan tersebut organisasi KPI dibagi menjadi tiga bidang:

- *Bidang Kelembagaan*, menangani persoalan hubungan antar kelembagaan KPI, koordinasi KPID serta pengembangan kelembagaan KPI.
- *Bidang Struktur Penyiaran*, bertugas menangani perizinan, industri dan bisnis penyiaran.
- *Bidang Pengawasan Isi Siaran*, menangani pemantauan isi siaran, pengaduan masyarakat, advokasi dan literasi media.

Dengan diatur oleh Undang-Undang Nomor 32 tahun 2002, mekanisme pembentukan KPI dan rekrutmen anggotanya tentunya dapat menjamin bahwa pengaturan sistem penyiaran di Indonesia akan dikelola secara partisipatif, transparan, akuntabel sehingga menjamin independensi KPI itu sendiri.

Sejak awal kehadirannya hingga saat ini, kiprah KPI yang mengusung visi mewujudkan sistem penyiaran nasional yang berkeadilan dan bermartabat untuk dimanfaatkan sebesar-besarnya bagi kesejahteraan masyarakat serta misi untuk mengembangkan kebijakan pengaturan, pengawasan dan pengembangan Isi Siaran; melaksanakan kebijakan pengawasan dan pengembangan terhadap Struktur Sistem Siaran dan Profesionalisme Penyiaran; membangun Kelembagaan KPI dan partisipasi masyarakat terhadap penyelenggaraan penyiaran; dan meningkatkan kapasitas Sekretariat KPI, sangat terasa dalam dunia penyiaran, tak terkecuali radio, mulai dari proses izin, pengawasan konten siaran, sosialisasi, sanksi, hingga penghargaan yang biasa dan rutin dilakukan, khususnya oleh KPID setempat.

Dari laman KPI, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Daerah yang dibentuk di tingkat Provinsi meliputi Aceh, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Bengkulu, Kepulauan Riau, Riau, Jambi, Sumatera Selatan, Lampung, Kepulauan Bangka Belitung, Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, DI Yogyakarta, Jawa Timur, Bali, Kalimantan Barat, Kalimantan Selatan, Kalimantan Tengah, Kalimantan Timur, Nusa Tenggara Timur, Nusa Tenggara Barat, Gorontalo, Sulawesi Selatan, Sulawesi Barat, Sulawesi Utara, Sulawesi Tenggara, Sulawesi Tengah, Maluku, Maluku Utara, dan Papua.

BAB 3

LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK LOKAL (LPPL) DAN RADIO KOMUNITAS

Kelahiran Undang-undang Nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran mengubah tatanan media penyiaran di Indonesia. Tak terkecuali radio. Undang-undang tersebut, sejatinya berupaya memberi ruang bagi pertumbuhan lembaga penyiaran, mulai dari Lembaga Penyiaran Publik (LPP) yang hanya diwakili RRI (dan TVRI untuk televisi), Lembaga Penyiaran Swasta (LPS), Lembaga Penyiaran Komunitas, hingga Lembaga Penyiaran Berlangganan yang lebih didominasi lembaga penyiaran televisi.

3.1 Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL)

Dalam Undang-Undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002, Pasal 14 (1) disebutkan bahwa Lembaga Penyiaran Publik adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan

untuk kepentingan masyarakat. Pasal 14 (3) Di daerah provinsi, kabupaten, atau kota dapat didirikan Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL).

Keberadaan LPPL diperkuat dengan Peraturan Pemerintah Nomor 11 tahun 2005 tentang Lembaga Penyiaran Publik. Pasal 7 (3) menyebutkan bahwa Lembaga Penyiaran Publik Lokal merupakan lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh pemerintah daerah dengan persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah atas usul masyarakat.

Mengacu pada peraturan perundang-undangan dan peraturan pemerintah di atas, secara jelas disebutkan bahwa LPPL radio adalah Badan Hukum yang didirikan oleh negara dalam hal ini pemerintah Daerah dengan persetujuan DPRD, bersifat independen, netral, serta tidak komersial.

Umumnya LPPL merupakan transformasi dari Radio Siaran Pemerintah Daerah (RSPD) yang sebagian memang radio yang eksis bersiaran sejak lama, seperti RSPD Top FM di Sukoharjo, Jawa Tengah yang mulai bersiaran pada tahun 1968 dan RSPD Berau di Berau, Kalimantan Timur yang mulai bersiaran pada tahun 1975. Perbedaan mendasar antara RSPD dan LPP terletak pada sifat LPPL yang independen, netral dan tidak komersial, serta pengelolaan dan manajemen yang harus disesuaikan dengan UU No. 32/2002, PP No.11/2005, Peraturan KPID, dan aturan terkait lainnya.

Saat ini hampir semua Pemerintah Daerah memiliki LPPL. Eksistensi LPPL mengikuti kebijakan Pemda dan pengelola terkait sehingga eksistensi LPPL sangat beragam. Ada yang bergaung, sisanya pasif, hanya sebatas nama tanpa kreativitas program.

Di Jawa tengah, misalnya, Lembaga Penyiaran Publik Lokal yang terbilang eksis antara lain LPPL Kabupaten Sragen yang semula adalah Radio Siaran Pemerintah Daerah (RSPD). LPPL ini dikenal dengan sebutan LPPL Radio Buana Asri Sragen yang bersiaran di frekuensi 94.7 MHz (FM)/873 KHz (AM), Radio Suara Kudus FM (88 FM), Radio Suara Pati (87.6 MHz FM), Radio Magelang FM (103.5 MHz FM), Radio Suara Salatiga (99.9 FM), Radio Gema Soedirman (RGS) 96.3 FM milik Pemkab Purbalingga, serta Radio Suara Banjar Martapura (100.4 FM).

Di Jawa Barat, antara lain, Radio Citra Lestari (RCL) 98 FM milik Pemkab Sukabumi, Radio Teman 95,3 FM milik Pemkab Bogor, Radio Kuningan FM, serta Radio Suara Tatar Galuh Ciamis.

Di Jawa Timur, diantaranya Radio Suara Pasuruan 107 FM, Radio Pradya Suara Tuban 94.6 FM, Persada Radio FM Kabupaten Blitar, Radio Mahardhika FM Blitar, Suara FM Sidoarjo, Suara Lumajang FM, Suara Kota

FM Probolinggo, Wika FM Mojokerto, RGR FM Tulungagung, Blambangan FM Banyuwangi dan RSAL FM Nganjuk.

Di pulau Sumatera, seperti Sumatera Barat antara lain terdapat Radio Sawahlunto FM, Radio Langkisau, dan Radio Luhak Nan Tigo. Tentunya, masih banyak LPPL radio yang rutin bersiaran di berbagai provinsi di tanah air. Umumnya, siaran LPPL radio-radio tersebut selain bisa disimak secara on air, juga bisa disimak secara streaming.

Untuk menjaga eksistensi dan membangun komunikasi, LPPL yang tersebar di berbagai daerah tersebut bergabung dalam asosiasi baik asosiasi berskala provinsi maupun nasional. Untuk skala provinsi terdapat Asosiasi LPPL Radio Jawa Timur yang dibentuk oleh 14 LPPL yang menghadiri pertemuan pada 5 April 2018 dan kepengurusannya dikukuhkan Kepala Dinas Komunikasi dan Informasi Provinsi Jawa Timur pada 21 September 2018. Juga, Asosiasi LPPL Radio dan Televisi se Sumatera Barat. Untuk skala nasional terdapat Asosiasi Radio Televisi Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Indonesia. Asosiasi ini secara reguler mulai menggelar acara award sebagai bentuk apresiasi kepada pejabat dan insan penyiaran di berbagai daerah di tanah air.

Pada bulan Maret 2021, Asosiasi Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Indonesia menganugerahi Bupati Bogor, Ade Yasin sebagai Kepala Daerah Peduli Radio katagori media pemerintah. Selain itu, Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika (Kadiskominfo) Kabupaten Bogor Irwan Purnawan juga menerima penghargaan sebagai Pejabat Peduli Radio. Penghargaan diberikan pada Anugerah LPPL Award ke-2 tahun 2021 di Villa Kampung Gunung, Kabupaten Kuningan, Kamis (25/3).

Dalam kegiatan Anugerah LPPL award ke-2 tersebut, Radio Tegar Beriman 95,3 FM juga terpilih kembali sebagai LPPL Radio terbaik ke-3 se-Indonesia. Kemudian juga mendapatkan penghargaan host terbaik ke-3 di Program Suara Nusantara, serta meraih juara ke-2 Bintang Radio katagori Penyiar Radio.

**.... Lembaga
Penyiaran Publik
Lokal merupakan
lembaga penyiaran
yang berbentuk badan
hukum yang didirikan
oleh pemerintah
daerah dengan
persetujuan Dewan
Perwakilan Rakyat
Daerah atas usul
masyarakat.**

3.2 Radio Komunitas

Kehadiran Radio Komunitas (Rakom) terbilang berlangsung lama, bahkan sejak era Orde Baru. Rakom kemudian berkembang pada Era Reformasi dan dikuatkan kehadirannya melalui UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran yang juga menegaskan pengertian, maksud dan tujuannya, karakteristik dan penyelenggaraan radio komunitas lewat pasal 21, 22, 23, dan 24.

Undang-undang ini membuka peluang bagi siapa pun warga negara Indonesia untuk mendirikan radio komunitas dengan karakteristik: bersifat independen, tidak komersial, daya pancar rendah, jangkauan wilayah terbatas dan untuk melayani kepentingan warga komunitasnya.

Kondisi ini merupakan faktor pendukung, sangat pentingnya mempersiapkan masyarakat di daerah, melalui pemberdayaan di bidang informasi dan komunikasi. Oleh karena seperti dikemukakan oleh pakar komunikasi Daniel Bell bahwa "Information is Knowledge and Knowledge is Power".

Dalam menuju pemberdayaan dan pendewasaan khususnya di daerah atau komunitas tertentu di kalangan *grassroot*, Rakom juga menciptakan berlangsungnya proses demokratisasi komunikasi. Dengan memperhatikan keberagaman kondisi komunitas di masyarakat, maka diperlukan interaksi antara para pendiri Rakom dengan warganya, mulai ketika menentukan visi dan misi, sampai pada program-program yang sesuai dengan potensi dan kebutuhan masing-masing warga komunitasnya. Sehingga ketika Rakom tadi berdiri, seluruh warga merasa memilikinya. Hal ini pula yang akan menjamin keberlangsungan rakom di waktu yang panjang. Oleh karena, tidak sedikit rakom yang bubar, begitu pendirinya mengundurkan diri.

Ya, Rakom tak hanya hadir sekedar memenuhi amanah UU. Lebih dari itu, Rakom juga harus memberi manfaat optimal untuk menjaga eksistensinya.

The National Community Radio Forum (NCRF), forum radio komunitas yang sudah memiliki anggota sekitar 54 negara di dunia, mengemukakan manfaat kehadiran radio komunitas. Manfaatnya antara lain: menumbuhkan partisipasi yang merupakan kekuatan bagi komunitas untuk membuka pintu perubahan kehidupan komunitas; melayani informasi di segala sektor kehidupan komunitas; mempromosikan dan merefleksikan budaya, karakter dan identitas lokal komunitasnya; meningkatkan akses untuk penyebaran informasi secara lisan; merupakan bentuk tanggung jawab

sosial atas kebutuhan komunitasnya; serta berperan penting sebagai pemberi kekuatan bagi kaum yang terpinggirkan.

Di Jawa Barat, sejumlah Rakom terbilang aktif memberi manfaat. Mereka dapat berperan aktif memberikan pembelajaran pada warganya untuk terlibat dalam setiap proses penyelenggaraan kebijakan publik, mulai dari sosialisasi kebijakan sampai monitoring. Sebagai contoh, Radio MASE di Kecamatan Majalaya dan Radio KOMBAS di Banjaran yang berhasil mendorong masyarakat sekitarnya untuk mengawasi dan terlibat aktif dalam kegiatan penyusunan RDTRK (Rencana Detail Tata Ruang Kota) di dua kecamatan tersebut. Adapun Radio Suara Cibangkong, Bandung dengan Pengelolaan Sampahnya. Contoh lain, Rakom juga dapat berperan strategis dalam proses-proses politik terjadi di tingkat lokal. Salah satu contohnya yang dipraktikkan Radio ABILAWA di Subang dan Radio KEMALA FM di Ciwiday atau RAMANEA di Wanayasa, Purwakarta. Ketika terjadi proses pemilihan kepala desa, radio ini berperan aktif dalam mensosialisasikan calon kepala desa kepada masyarakat hingga melakukan liputan langsung terhadap proses pemungutan suara.



Gambar 3.1 Suasana siaran salah satu Radio Komunitas di Jawa Barat.

Di daerah lain, fenomena sama juga terjadi. Radio komunitas juga mempunyai fungsi kontrol terhadap kinerja pemerintah di daerah tempat radio komunitas didirikan. Misalnya, Radio Ampera 29,45 FM di Sekotong, dan Radio Rakola FM, di Labuapi, Lombok menyiarkan beberapa berita temuan (hasil investigasi lapangan) mereka terhadap pelaksanaan program-program pembangunan di wilayahnya, terutama berkaitan dengan proyek-proyek dari luar (pemerintah, bantuan luar negeri seperti PPK dan sebagainya). Berita-berita yang dilansir terutama untuk memberikan informasi tentang perkembangan pembangunan wilayahnya, termasuk membangun transparansi penggunaan dana program dan implementasinya di lapangan.

Radio komunitas dapat berperan untuk mempromosikan budaya lokal tempat radio komunitas didirikan. Radio Primadona FM, Bayan, Lombok Barat menyelenggarakan acara *Selemor Hate*, acara yang seluruhnya menggunakan bahasa dan lagu-lagu lokal dan menceritakan sejarah masa lalu desa dan wilayah setempat.

Dalam artikel bertajuk "Eksistensi & Posisi Rakom di Hegemoni Media" yang ditulis Prof. Dr. Atie Rachmiate, Ketua KPID Jawa Barat, 2009-2012, dan dimuat majalah *Broadcastmagz* edisi 10/1/2012, disebutkan bahwa sekitar tahun 2012, di Indonesia terdapat lebih dari 1000 rakom dengan berbagai jenis dan status perizinan. Rakom-rakom tersebut tersebar di berbagai wilayah Indonesia. Radio-radio komunitas tersebut tersebar di seluruh wilayah Indonesia, dan sebagian telah membentuk berbagai asosiasi diantaranya Jaringan Radio Komunitas Indonesia (JRKI).

Radio komunitas tak hanya dikenal di Indonesia, di mancanegara kehadirannya pun terasa dan terjaga. Radio komunitas pedesaan di beberapa negara sudah dimanfaatkan sebagai media pendidikan dan media pembangunan. Sebagai perbandingan, Swedia memiliki lebih dari 2000 radio komunitas, Denmark memiliki 300 radio yang memberi akses kepada 96% dari total populasi; sedangkan di Amerika Serikat tahun 2002 memiliki 2216 radio FM pendidikan dan 2396 Low Power TV yang digolongkan pada penyiaran publik dan komunitas.

Secara konseptual, posisi Rakom dalam sistem penyiaran yang demokratis, memang dibutuhkan oleh kemajemukan bangsa Indonesia. Di samping posisi Rakom sebagai bentuk respons kesadaran masyarakat tentang kesetaraan, keadilan, dan komitmen untuk menjunjung hak asasi manusia. Adanya media penyiaran yang demokratis antara berbagai kelompok, dalam hirarki atau golongan yang berbeda, dapat mengeliminasi dominasi antara yang satu atas yang lainnya, serta kekuasaan dapat terkontrol karena bila melihat realitas penyiaran saat ini, tampak ada "ketimpangan" informasi antara kaum elit - nonelit, antara pusat-daerah,

atau kota-desa. Juga dalam skala global, sumber informasi masih diwarnai oleh liputan kantor berita atau production house negara-negara maju.

Dalam skala nasional, informasi masih bersumber dari kaum elit, selebriti, pemerintah, penduduk kota besar, pengusaha dan kaum bisnis yang kaya-raya. Suara warga masyarakat umum, penduduk desa, rakyat, kaum miskin jarang diekspos kecuali ketika mereka ada musibah bencana alam, kelaparan atau wabah penyakit.

Dari segi isi pesan (content) juga media penyiaran “mainstream” selama ini lebih didominasi oleh berita konflik politik dan perebutan kekuasaan, berita bisnis raksasa atau sinetron dan musik dengan gaya pop.

Merupakan suatu ironi, jika sebetulnya informasi yang mereka perlukan justru proses sertifikasi tanah, mengurus SIM/KTP atau dana kesehatan, proses memperoleh bantuan modal usaha kecil, cara memperoleh beasiswa dan lain sebagainya. Posisi Rakom sebetulnya untuk mengisi celah kekosongan informasi yang dibutuhkan oleh warga sekitarnya, seperti di atas.

Fakta di atas mencerminkan bahwa sebagian besar masyarakat, khususnya di daerah, sangat terbatas dalam mengakses informasi baik dalam penerimaan, penggunaan maupun sebagai komunikator dan narasumber untuk masalah-masalah publik. Fenomena ini, merupakan suatu kondisi yang memprihatinkan ketika dunia sedang memasuki abad 21 sebagai era globalisasi informasi, namun masyarakat Indonesia; masih sangat rendah untuk mengakses informasi penting dan dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas dan kesejahteraan hidupnya.

Melalui rakom yang didirikan oleh warga suatu komunitas tertentu, diharapkan dapat menjalankan fungsinya sebagai media informasi yang mengandung “proksimitas” atau kedekatan baik secara geografis maupun secara

Radio komunitas tak hanya dikenal di Indoneisa, di mancanegara kehadirannya pun terasa dan terjaga. Radio komunitas pedesaan di beberapa negara sudah dimanfaatkan sebagai media pendidikan dan media pembangunan.



Gambar 3.2 Suasana belajar mengajar SD di Pekalongan saat pandemi melalui Radio Komunitas.

psikologis dengan warga sekitarnya. Alasan diperlukannya rakom bagi warga atau anggota komunitas tertentu.

Pertama merupakan suatu reaksi terhadap pola komersialisasi industri lebih berorientasi pada bisnis penyiaran. Kedua, adanya monopoli kepemilikan media, yang berdampak pada penyeragaman isi dan informasinya, padahal keberagaman komunitas, membutuhkan keberagaman informasi yang sesuai. Ketiga, adanya informasi yang bersifat sentralistik, bersifat "top down", bermakna bahwa, belum adanya kesetaraan antara berbagai komponen masyarakat dalam berkomunikasi.

Selama ini penyediaan sarana berdiskusi yang mendalam atas persoalan-persoalan publik (*public sphere*) relatif terbatas dan terpusat. Namun secara lokal, melalui radio komunitas dapat memberi ruang dan kesempatan untuk berkomunikasi secara utuh pada masyarakat mayoritas yang non-elit. Seperti persoalan bantuan modal dari pemerintah, kegagalan panen, lahan yang kritis, perusakan sumber daya alam dan bencana alam, kesempatan kerja, urbanisasi, kurangnya infrastruktur, kesulitan transportasi serta keprihatinan dan ketidakberdayaan masyarakat yang selama ini dirasakan oleh umumnya masyarakat di pedesaan, dengan mudah menjadi wacana untuk dibicarakan bersama dan mendapat solusinya.

Karakteristik

Radio komunitas berbeda dengan media penyiaran lainnya, karena unsur interaktif atau dua arah, dialogis dan bersifat konvergensi atau sirkuler, menjadi ciri khasnya. Selain secara teknis hanya boleh bersiaran pada tiga kanal. Menurut ketentuan Kepmenhub No. 15 tahun 2002 dan No. 15A tahun 2003 yakni di frekuensi FM 107,7 Mhz; 107,8 Mhz; 107,9 Mhz, dengan jangkauan yang terbatas yaitu power maksimal 50 watt dan jangkauan layanan maksimal 2,5 km.

Radio komunitas hanya dimiliki warga komunitas dengan tujuan dan sasaran informasi, pendidikan, bimbingan, hiburan non-komersial, dengan komunitas yang bersifat terbatas.

Radio komunitas memiliki konten dengan informasi yang terpilih sesuai dengan kondisi dan kepentingan komunitas yang dirancang oleh lembaga media dan anggota komunitas.

Radio komunitas memiliki karakteristik operasional dengan penyiaran atau distribusi terbatas, bersifat interaktif, sistem lebih sederhana dan murah, sasaran bisa menjadi narasumber/peran tak jelas; serta pengawasan dan pertanggungjawabannya dilakukan oleh anggota komunitas dan perwakilan ditunjuk warga.

Karakteristik media atau radio komunitas tersebut merupakan kelebihan dan sekaligus kelemahannya. Seperti dalam karakteristik tujuan dan isi program, media komunitas memang tidak memasang siaran komersial karena membawa dampak konsumtif bagi khalayak sasarannya, tetapi di sisi lain, lembaga tidak memiliki sumber keuangan bagi pengembangan medianya.

Saat ini, Rakom terus berdinamika. Pasang surut dalam aktivitasnya. Jumlah rakom yang eksis pun cenderung berubah. Radio-radio komunitas tersebut tersebar di seluruh wilayah Indonesia yang sebagian di antaranya telah mengorganisasikan diri selain Jaringan Radio Komunitas Indonesia (JRKI), juga Jaringan Independen Radio Komunitas (JIRAK CELEBES), hingga Forum Radio Kampus. Terlepas dengan jumlah yang ada, eksistensi Rakom senantiasa diharapkan terjaga.

Dalam webinar nasional mengenai Pemberdayaan Radio Komunikasi yang digelar Kominfo, JRKI (Jaringan Radio Komunitas Indonesia), dan dan STMM Yogyakarta dengan tujuan untuk memberdayakan radio komunitas agar tidak dipandang sebelah mata, Kamis (10/09/2020), diharapkan ke depan radio komunitas harus terstruktur dan baik, karena radio komunitas jika menggunakan frekuensi terestrial dibatasi dengan jarak 2,5 km. Radio

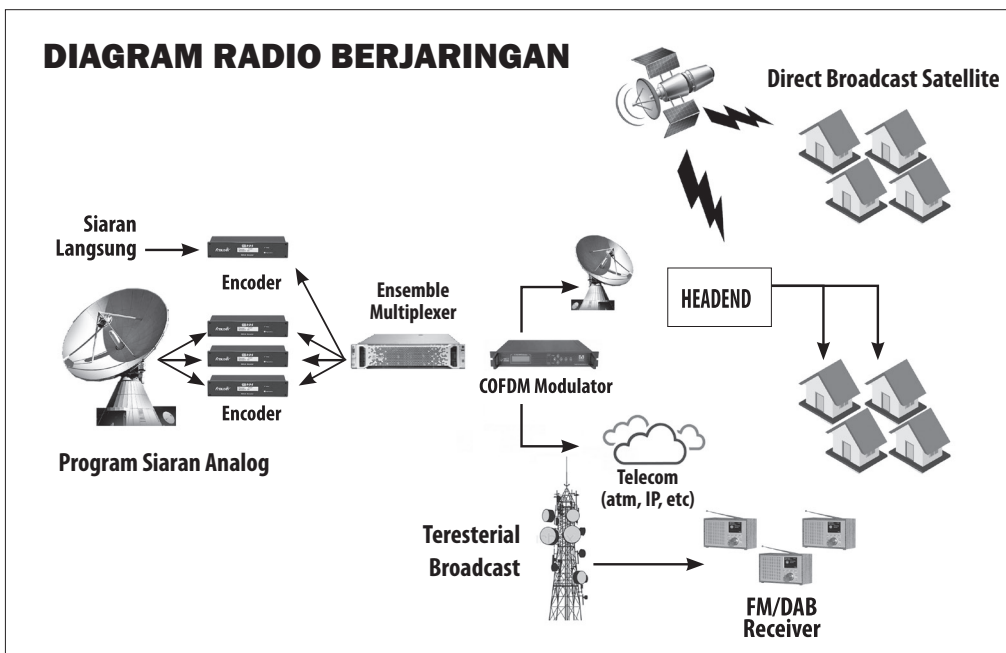
komunitas juga harus memanfaatkan teknologi. Adanya perkembangan teknologi, radio komunitas bisa multiplatform yang dapat didengar oleh seluruh masyarakat Indonesia bahkan dunia. Maka dari itu untuk radio komunitas harus dikelola oleh profesional dan harus mempunyai program-program yang menarik dan berkualitas.

BAB 4

RADIO BERJARINGAN

Radio berjaringan merupakan radio yang memiliki stasiun transmisi di beberapa tempat sekaligus yang dapat menjangkau pendengarnya dengan cakupan siar lebih luas. Program siarannya pun dibuat bervariasi, disesuaikan dengan segmentasi yang dipilih.

Radio berjaringan biasanya memiliki program baik program yang disiarkan langsung secara real time, juga program yang berupa siaran tunda.



Gambar 4.1. Diagram Radio berjaringan

Secara teknis, program siaran yang dikirim dari studio dapat dipancarluaskan ke beberapa stasiun transmisi di tempat lain melalui jaringan tertentu. Misalnya, melalui *STL (Studio to Transmitter link)*, *Microwave Link*, satelit, *fiber optic*, juga melalui saluran berbasis IP seperti *ISDN (Integrated Services Digital Network)*, *VPN (Virtual Private Network)*, *xDSL (x-Digital Subscriber Line)*, dan *MPLS (Multiprotocol Label Switching)*. Bahkan, dapat juga disalurkan melalui jaringan berbasis komunikasi seluler seperti GPRS, EDGE, 3G/4G, HSDPA, HSUPA atau kombinasi dari beberapa jaringan tersebut.

4.1 Radio Berjaringan Mancanegara

Di mancanegara, ada banyak radio berjaringan, di antaranya adalah *ABC (Australia Broadcasting Corporation)*, *ABS-CBN*, *WRN*, dan *BBC (British Broadcasting Corporation)*.

ABC dikelola pemerintah Australia. Jaringan radio ini menyediakan layanan radio, televisi, online, dan layanan *mobile* ke seluruh metropolitan dan regional Australia bahkan ke mancanegara, termasuk Indonesia melalui *The Australia Network* dan *Radio Australia*. Program siarannya dapat menjangkau dunia menggunakan kombinasi antara satelit, *fiber optic*, VPN-IP, dan internet untuk mengirimkan distribusi sinyalnya. Untuk mendukung distribusi sinyal siaran ABC bisa sampai ke Indonesia, ABC memberdayakan satelit Indonesia yakni satelit Telkom-1 dan satelit Cakrawarta-1.

ABS-CBN (*ABS-CBN: Alto Broadcasting System-Chronicle Broadcasting Network*) *Broadcasting Corporation*, merupakan jaringan multimedia dan entertainment terintegrasi yang dimiliki salah satu konglomerat di Philipina, *Lopez Group of Companies*. Jaringan siaran radio dan televisi yang dilengkapi dengan produksi program TV dan Radio untuk pasar domestik dan internasional ini didirikan pada tanggal 13 Juni 1946. Saat ini jaringan ini bersiaran di seluruh dunia, termasuk di Indonesia.

Jaringan lainnya adalah *WRN* (sebelumnya bernama *World Radio Network*) yang menyediakan layanan siaran radio dan televisi ke seluruh dunia menggunakan satelit (digital dan analog), *terrestrial relay* (transmisi FM, AM dan SW), DRM, IP/Internet, ISD dan fiber optik. Jaringan radio dan TV yang memiliki *multi-playout centre* di London ini juga dipercaya oleh radio milik PBB (*United Nation Radio*) untuk menyiarkan program siarannya ke seluruh dunia. Program siaran milik PBB ini secara umum berisi pesan

perdamaian (*peace*), Hak Azasi Manusia (*respect for human rights*), tentang persamaan gender, toleransi, ekonomi dan social development, serta penegakan hukum internasional (*upholding of international law*).

Sementara itu, BBC yang didirikan 18 Oktober 1922 dengan jaringan yang makin kuat mampu menyiarkan program yang mampu menjangkau lebih dari 200 negara di berbagai belahan dunia.

Sistem radio berjaringan BBC menggunakan variasi panjang gelombang yang berbeda (AM 148.5 - 283.5 kHz, MW 515 kHz- 1629 kHz dan SW 3MHz - 30MHz), untuk mengirimkan distribusi sinyalnya. Juga, internet berkombinasi dengan satelit, terrestrial relay (FM, AM, dan SW), DRM, dan fiber optic.

4.2 RRI

Di Indonesia, RRI menjadi perintis sistem radio berjaringan. Besarnya tugas dan fungsi RRI yang diberikan oleh negara melalui UU No 32 tahun 2002 tentang Penyiaran, PP 11 tahun 2005 tentang Lembaga Penyiaran Publik, serta PP 12 tahun 2005, mengukuhkan RRI sebagai satu-satunya lembaga penyiaran yang dapat berjaringan secara nasional dan dapat bekerja sama dalam siaran dengan lembaga penyiaran Asing.



Gambar 4.2. Jaringan penyiaran RRI secara nasional

Saat ini, RRI dibekali kekuatan 62 stasiun penyiaran termasuk Siaran Luar Negeri dan 5 (lima) satuan kerja (satker) lainnya yaitu Pusat Pemberitaan, Pusat Penelitian dan Pengembangan (Puslitbangdiklat), Satuan Pengawasan Intern, serta diperkuat 16 studio produksi serta 11 perwakilan RRI di Luar negeri. RRI pun memiliki 61 (enampuluh satu) programa 1, 61 programa 2, 61 programa 3, 14 programa 4 dan 7 studio produksi. Dengan kata lain, kehadiran RRI setara dengan 205 stasiun radio.

Setelah dirintis sejak lama oleh RRI, gaung kehadiran berbagai radio swasta yang sejak lama berpusat dan mengudara di Jakarta, selama sepuluh tahun terakhir semakin terasa kehadirannya di berbagai daerah di Indonesia. Hal ini terjadi selain karena upaya manajemen yang membawahi radio-radio tersebut untuk memperluas jaringan, juga kemudahan akses dan aplikasi teknologi baik lewat jaringan kabel maupun satelit untuk menyiarkan konten. Upaya tersebut juga dijamin oleh UU No 32 tahun 2002 tentang Penyiaran, khususnya pasal 31 (3) yang menyebutkan bahwa *Lembaga Penyiaran Swasta dapat menyelenggarakan siaran melalui sistem stasiun jaringan dengan jangkauan wilayah terbatas.*

Kini, selain RRI, kota-kota di luar Jakarta pun bisa menyimak siaran dari sejumlah radio berjaringan yang dikelola swasta. Di antaranya, **MRA Media Broadcasting**, **MNC (Media Nusantara Citra) Networks**, **Masima**, dan **Radio Elshinta** yang berpusat di Jakarta.

4.3 MRA Media Broadcasting

MRA Media Broadcasting menjadi tempat bernaung radio Hard Rock FM, Trax FM, I-Radio, Brava FM, dan Cosmopolitan FM. Selain Brava FM dan Cosmopolitan FM, radio lainnya di bawah naungan MRA merupakan radio berjaringan.



Hard Rock FM dengan jaringan radio di Jakarta (87.6 FM), Bandung (87.7 FM), Surabaya (89.7 FM), serta Bali (87.8FM); Trax FM yang bersiaran mulai dari Jakarta (101.4 FM), Semarang (90.2 FM), hingga Palembang (95.1 FM); dan I-Radio. IRadio Network merupakan radio yang menyuguhkan 100% musik Indonesia dengan konten siaran yang mengangkat semua hal baik dan keren tentang Indonesia. Jaringan radionya terdapat di Jakarta (89.6 FM), Bandung (105.1 FM), Yogyakarta (88.7 FM), Makassar (96.0 FM), Medan (98.3 FM), dan Banjarmasin (90.1 FM).

4.4 MNC (Media Nusantara Citra) Networks

MNC (Media Nusantara Citra) Networks yang membawahi Radio Sindo (sebelumnya dikenal sebagai radio Trijaya), Radio Dangdut Indonesia, Global Radio, dan V Radio. Selain V Radio, semua radio berjaringan.



MNC Trijaya FM (sebelumnya dikenal sebagai Trijaya Shakti AM, Trijaya FM, Sindo Radio dan Sindo Trijaya FM) adalah sebuah jaringan radio di Indonesia yang menyiarkan berita selama 24 jam nonstop. Jaringan ini resmi diluncurkan sejak tanggal 1 Desember 1970 dan berada dibawah naungan MNC Radio Networks. Slogannya adalah *The Real News and Information*.

MNC Trijaya FM bersiaran jaringan di banyak kota yang meliputi Jakarta (104.6 FM), Banda Aceh (106.0 FM), Surabaya (104.7 FM), Pekanbaru (104.2 FM), Banjarmasin (104.3 FM), Dumai (100.5 FM), Yogyakarta (97.0 FM), Pontianak (97.5 FM), Makassar (93.9 FM), Medan (95.1 FM), Kendari (92.4 FM), Bandung (91.3 FM), Bontang (95.6 FM), Semarang (89.8 FM), Palembang (87.6 FM), Samarinda (87.7 FM), Cirebon (96.5 FM), Manado (89.4 FM), dan Mandailing Natal (87.6 FM).

Radio Dangdut Indonesia atau RDI bersiaran jaringan di 10 kota yang meliputi Jakarta (97.1 FM), Semarang (91.8 FM), Palembang (102.9 FM), Medan (96.7 FM), Lahat (94.5 FM), Sekayu (95.4 FM), Lubuklinggau (96.7 FM), Baturaja (96.4 FM), Prabumulih (106.6 FM), serta Banjarbaru (103.9 FM). RDI juga berafiliasi dengan stasiun radio di 34 kota lainnya.

Global Radio (sebelumnya dikenal sebagai ARH Global Radio) adalah radio hit kontemporer anak muda remaja di Indonesia resmi diluncurkan sejak tanggal 20 April 1966 dan berada di bawah naungan MNC Radio Networks milik Media Nusantara Citra sejak 1 Januari 2005. Radio ini terdiri dari Global Radio Jakarta (88.4 FM) dan Global Radio Bandung (89.7 FM).

4.5 Masima

Masima menjadi tempat bernaung jaringan Radio Prambors FM, Delta FM, dan Bahana FM. Selain Bahana FM, radio lain seperti Prambors FM dan Delta FM bersiaran di Jakarta dan berbagai wilayah Indonesia. Adapun Prambors FM hadir di Jakarta (102.2 FM), Makassar (105.1 FM), Surabaya (89.3 FM), Solo (99.2 FM), Yogyakarta (95.8 FM), Semarang (102 FM), Bandung (98.4 FM), dan Medan (97.5 FM). Sementara itu, DeltaFM hadir di Jakarta (99.1 FM), Manado (99.3 FM), Makassar (99.2 FM), Surabaya (100.5 FM), Yogyakarta, Bandung (99.4 FM), dan Medan (105.8 FM).



4.6 Radio Elshinta

Radio Elshinta merupakan radio berjaringan yang menyiarkan berita selama 24 jam nonstop. Sesuai dengan format acaranya *News and Talk*, radio ini menyiarkan berita dan informasi aktual, serta gelar wicara. Berita yang disiarkan termasuk seputar kondisi lalu lintas terkini, ekonomi, politik, sosial, budaya dan berbagai hal yang diperlukan oleh komunitas pendengarnya di seluruh kota terbesar di Indonesia. Karenanya, Radio Elshinta ini memiliki jaringan di berbagai kota dan terafiliasi dengan beragam radio lain di luar jaringannya. Radio ini hadir di Jakarta (90.05 FM), Bandung (89.3 FM), Tegal (99.9 FM), Semarang (91.0 FM), Surabaya (97.6 FM), Medan (93.2 FM), Bandar Lampung (99.6 FM), Palembang (96.7 FM), serta Sekayu (103.7 FM).



Radio Elshinta memiliki jaringan khusus mengupas dunia kesehatan dengan nama Fit Radio yang terdiri dari Fit Radio Bandung (94.8 FM) dan Fit Radio Semarang (95.7 FM). Sejatinya, jaringan Fit Radio, yang mendedikasikan program siarannya untuk menyajikan informasi kesehatan dan gaya hidup sehat. Radio ini mengudara selama 24 jam penuh setiap hari.

4.7 Kantor Berita Radio (KBR)

Kantor Berita Radio (KBR) adalah penyedia konten berita berbasis jurnalisme independen yang berdiri sejak 1999. Kelahiran lembaga penyiaran KBR dibidani sejumlah aktivis yang tergabung dalam Komunitas Utan Kayu. Komunitas ini berkegiatan Jl Utan Kayu No 68H, Jakarta Timur. Kini, KBR berkegiatan di jalan Guntur No. 70, Jakarta Selatan.



Dengan dukungan reporter dan kontributor terbaik di berbagai kota di tanah air dan Asia, produk KBR telah digunakan lebih dari 500 radio di Nusantara dan 200 radio di Asia dan Australia. Berita-berita KBR juga bisa disimak lewat portal KBR.id, juga di media sosial di Facebook dan Twitter.

Anda bisa mendapatkan berita terkini, buletin berita, feature, talkshow inspiratif, cerita dari negara-negara tetangga, serta perbincangan dengan narasumber utama langsung dari KBR atau melalui radio jaringannya. Di mana pun Anda berada dan apa pun alat komunikasi yang Anda gunakan, KBR siap menyajikan informasi inspiratif dan terpercaya.

KBR yang pertama kali menghadirkan berita pertama pada 29 April 1999 yang kemudian menjadi hari ulang tahun KBR, kini memiliki jaringan sekitar 600 radio lokal dari Aceh sampai Papua yang merelay siaran-siaran berita produksi KBR lewat satelit maupun *web streaming*. Bermula dari 7 radio di tanah air, jaringan KBR meluas sampai ke sejumlah negara di Asia dan Australia.

Anda juga bisa mendengarkan program Asia Calling dari KBR di Timor Leste, Filipina, Thailand, Nepal, Afganistan, Kamboja, Malaysia dan Australia. Program berbahasa Inggris ini mengudara melalui sekitar 200 radio, tersebar di kawasan Asia dan Australia.

4.8 Smart FM

Smart FM Merupakan stasiun radio swasta berjaringan di 10 kota bisnis di Indonesia yaitu Jakarta (95.9 FM), Yogyakarta (102.1 FM), Surabaya (88.9 FM), Medan (101.8 FM), Palembang (101.8 FM), Pekanbaru (101.8 FM), Banjarmasin (101.1 FM), Balikpapan



(97.8 FM), Makassar (101.1 FM), dan Manado (101.2 FM) yang lahir dari keprihatinan terhadap kekurangan konten yang mampu meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya mengelola kehidupan, kepribadian dan juga segala aspek bisnis dan financial agar dapat meningkatkan kehidupan yang lebih baik. Dengan tagline radio bisnis dan inspirasi, SmartFM hadir untuk menjawab kebutuhan tersebut.

SmartFM mencoba memberikan konten bagi masyarakat dengan fokus utama pada pemberitaan ekonomi dan bisnis nasional dan dunia, serta senantiasa menghadirkan berbagai perbincangan bersama narasumber terpercaya dan pakar di bidangnya untuk menginspirasi Indonesia yang dijiwai semangat The Spirit Of Indonesia.

4.9 Sonora

Bermula dari prakarsa (alm) P.K Ojong dan diwujudkan oleh (alm) Gerald Tunggono bersama Jos Tanubrata, Sonora mulai siaran pertama kalinya pada tanggal 8 Agustus 1972 di jalur MW dengan menggunakan studio di Jl. Gajah Mada 109, Jakarta Barat.



Seiring dengan perkembangan teknologi, pada tanggal 5 Maret 1988, Sonora pindah ke jalur FM dengan frekuensi 100.9. Untuk memenuhi kebutuhan pendengar, sejak awal Agustus 2000, Sonora mengudara nonstop 24 jam.

Pada tahun 2004, pemerintah menata ulang penggunaan frekuensi siaran radio. Untuk itu, sejak tanggal 1 Agustus 2004, Sonora yang memiliki dua pilar utama yaitu informasi dan hiburan dengan komposisi yang berimbang menempati frekuensi baru di 92.0 FM. Sejak 1 April 2007, Sonora meluncurkan logo, susunan acara dan program-program baru.

Saat ini Sonora menjadi jaringan nasional, yang meliputi Jakarta (92.0 FM), Bali (98.9 FM), Bandung (93.3 FM), Lampung (96.0 FM), Medan (90,4 FM), Palembang (102.6 FM), Palupi Pangkalpinang (103.5 FM), Bangka Pangkalpinang (101.1 FM), Pontianak (96.7 FM), Prima Pangkalpinang (105.9 FM), Purwokerto (99.8 FM), Semarang (98.9 FM), Solo (Ria 98,8 FM), Surabaya (98.0 FM), dan Yogyakarta(97.4 FM).

4.10 Mahaka

PT Mahaka Radio Integra Tbk (MARI) menaungi radio yang meliputi Jak FM, Gen FM, Mustang FM, Hot FM, Kis FM, dan Most Radio. Untuk radio berjejaring, hanya Gen FM (dahulu bernama Radio Attahiriyah) yang saat ini bersiaran di Jakarta via Gen FM Jakarta dengan frekuensi 98,7 MHz dan di Surabaya melalui Gen FM Surabaya dengan frekuensi 103,1 MHz.



4.11 Radio Rodja

Radio Rodja dimulai dari sebuah radio FM komunitas yang dirintis pada awal 2005, lalu uji coba penyiaran dimulai pada Maret 2005. Melihat animo masyarakat yang besar terhadap radio ini, maka Radio Rodja

secara resmi mengudara pada frekuensi 756 kHz (AM) pada Mei 2007. Sejak melakukan migrasi ke gelombang AM, Radio Rodja mengalami kemajuan pesat dan semakin dikenal luas oleh masyarakat muslim di Indonesia. Tahun 2020, Radio Rodja mengudara di frekuensi 100.1 FM yang mencakup wilayah Bogor dan sekitarnya. Dilansir dari wikipedia, radio ini meluas dan berjejaring di berbagai kota yang meliputi Bandung (104.3 FM), Palembang (106.7 FM), Berau (95.1 FM), Kebumen (97.6 FM), Lampung (91.1 FM), Pontianak (94.7 FM), Tanjung Pinang (96 FM), Purworejo (103.8 FM), dan Kudus (107.5 FM).



4.12 Radio OZ

Walaupun, radio berjejaring masih didominasi oleh radio-radio yang berpusat di Jakarta, beberapa jaringan radio yang berpusat di luar kota Jakarta pun tak mau ketinggalan, beberapa diantaranya mulai merangsek memasuki Jakarta. Misalnya, jaringan radio OZ (OZ Radio Network) yang berpusat di Bandung (103.1 FM).



Sejak sekitar tahun 2009, memasuki Jakarta lewat OZ 90,8 FM Jakarta. OZ Radio Jakarta adalah unit terbaru dari OZ Radio Network setelah kesuksesan yang diraih oleh OZ Radio Bandung dan Bali (101.2 FM). Kemudian, menyusul Aceh (102.8 FM).

Langkah sama juga diikuti ThomsOn Radio Network yang berawal dari Jawa Tengah dan Jyb Group yang berawal dari Jawa Timur yang kemudian merambah ke berbagai wilayah di Indonesia.

4.13 ThomsOn Radio Network

ThomsOn Radio Network merupakan Radio Jaringan Indonesia yang tersebar lebih dari 30 kota di enam provinsi yang terdiri dari Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Kalimantan, Sulawesi, dan Bali. Kehadiran jaringan radio ini diawali sekitar 27 tahun silam, tepatnya tahun 1994, saat dua sahabat yaitu Thomas Manggala dan Onny Abi Wahono, mendirikan sebuah radio dengan Badan Hukum PT Radio Rembang Bangkit yang kemudian disingkat Radio R2B di Rembang Jawa Tengah. Pertama kali bersiaran di frekuensi AM yang legendaris hingga akhirnya migrasi ke FM.



*Pendiri ThomsOn Radio Network, Onny Abi Wahono & Thomas Manggala
(Dok. Broadcastmagz)*

Seiring perjalanan waktu, Thomas Manggala dan Onny Abi Wahono berhasil mendirikan beberapa radio lagi dan akhirnya membentuk jaringan Radio ThomsOn (singkatan Thomas dan Onny) yang makin berkembang. Dengan konsep siaran yang bersifat personal dan lokal dengan lagu populer serta informasi yang terpercaya, membuat radio-radio dalam jaringan Thomson bisa diterima dengan baik oleh masyarakat pendengar dan pemasang iklan hingga per tahun 2019 sedikitnya 59 radio yang berada dalam naungan ThomsOn Radio Network. Boleh jadi, saat ini, ThomsOn Radio Network menjadi salah satu radio berjaringan terbanyak di Indonesia.



ThomsOn Radio Network hadir di berbagai kota dan kabupaten tanah air, antara lain di Garut (91,9 FM), Sadang Purwakarta (103.6 FM), Majalengka (106.5 FM), Yogyakarta (91,9 FM), Semarang (106.8 FM), Pemalang (96.00 FM), Jogja (91,9 FM), Tegal (100.7 FM), Brebes, (105.50 FM), Purwodadi (98.2 FM), Pekalongan (104.6 FM), serta Wonosobo (91.3 FM).

Jyb group

Jyb group alias jayabaya group merupakan jaringan radio yang terdiri dari 76 stasiun radio di berbagai wilayah Indonesia. Menurut



jybmedia.com, di wilayah Jawa Tengah, Jyb memiliki radio jaringan Prima yang terdiri dari PRIMA Kebumen 103,3 FM, PRIMA Banjarnegara 97.7 FM; serta PRIMA Trenggalek 105,1 FM. Selain di pulau Jawa, jaringan radio Jyb juga tersebar di Kalimantan, dan Sulawesi. Di Kalimantan Selatan antara lain terdiri dari radio Pesona dan Sehati. Radio Pesona meliputi Pulang Pisau PESONA FM 90.4 Mhz dan Tanah Laut PESONA FM 88.9 Mhz; adapun radio Sehati terdiri dari Hulu Sungai Selatan SEHATI FM 87.6 FM; Barito Kuala SEHATI FM 88.9 Mhz; Hulu Sungai Tengah SEHATI FM 91.1 Mhz; Tanah Bumbu SEHATI FM 94,5 Mhz; serta Kandangan SEHATI FM 91,5 Mhz.

4.14 Radio Network Daerah

Di sejumlah daerah, terdapat pula sejumlah radio berjaringan dengan skala di bawah lima kota atau kabupaten. Misalnya, Rasika FM berjaringan yang hadir di Rasika 105,6 FM (Ungaran) Semarang, Rasika 100.1 FM Semarang dan Rasika 88.9 FM Pekalongan.

BAB 5

RADIO DAN ASOSIASI

Dalam perjalanan radio di Indonesia, sejak era penjajahan Belanda hingga kini, senantiasa beriring dengan kehadiran asosiasi atau perkumpulan sebagai organisasi bersama yang dibentuk dengan tujuan menjadi alat pemersatu sekaligus media bersama yang membawa kepentingan radio-radio terkait sebagai anggota.

Saat era penjajahan Belanda, di Indonesia muncul Perikatan Perkumpulan Radio Ketimuran (PPRK) yang dibentuk di Bandung pada tanggal 29 Maret 1937 lewat sebuah pertemuan wakil-wakil radio yang diinisiasi anggota Volksraad M. Sutarjo Kartokusumo dan Ir. Sarsito Mangunkusumo. Para wakil radio yang hadir saat itu, antara lain VORO (Jakarta), VORL (Bandung), MAVRO (Yogyakarta), SRV (Solo), dan CIRCO (Surabaya).

Tujuan PPRK yang non-komersial dan menempatkan Sutarjo Kartohadikusumo sebagai ketua itu bersifat "Sosial kultureel" semata-mata memajukan kesenian dan kebudayaan nasional untuk kemajuan masyarakat Indonesia, rohani, dan jasmani. Tentunya, juga bertujuan untuk kepentingan pergerakan semangat kebangsaan.

Sejak itu kiprah perkumpulan radio yang menjadi domain radio swasta nyaris tak terdengar. Hal ini terjadi lantaran radio dikuasai pemerintah, tak terkecuali ketika pendudukan Jepang dari tahun 1942 hingga 1945, berlanjut hingga masa Orde Lama berakhir pada tahun 1965. Saat itu, Radio Siaran hanya diselenggarakan oleh Pemerintah, dalam hal ini Radio Republik Indonesia (RRI). Memasuki masa Orde Baru pada era 1970-an, muncul lagi perkumpulan radio yang ditandai dengan kehadiran PRSSNI.

Seiring dengan kehadiran PRSSNI, sejak era reformasi sejumlah asosiasi radio lain dengan jumlah anggota lebih sedikit pun bermunculan. Misalnya, Asosiasi Radio Siaran Swasta Lokal Indonesia (ARSSLI), ARSSI (Asosiasi Radio Siaran Swasta Indonesia), serta ARI (Aliansi Radio Independen). Namun, aktivitasnya kurang bergaung sehingga eksistensinya kurang terdengar.

5.1 Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI)

PRSSNI (Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia) merupakan organisasi radio siaran swasta yang eksis dan berizin yang terbesar di Indonesia.

Kelahirannya diawali dengan kesulitan yang dialami sebagian besar radio swasta pada era 70-an untuk memenuhi prasyarat untuk melanjutkan pengelolaan radio siaran swasta secara legal, dan begitu besar tuntutan fungsi peran radio siaran sebagai alat pendidik, penerangan, hiburan yang harus dijalankan sekaligus.



Beberapa tokoh pengelola radio siaran swasta di kota-kota besar pun berinisiatif membentuk wadah-organisasi lokal-regional, untuk memfasilitasi dan memperjuangkan kepentingan anggotanya, seperti berkoordinasi dengan pemerintah, mengurus persyaratan perizinan dan penyesuaian ketentuan lainnya; sehingga lahirlah asosiasi seperti: Persatuan Radio Siaran Jakarta (PRSJ), Persatuan Broadcaster Bandung (PBB), Persatuan Radio Siaran Jawa Tengah (PRSJT), dan asosiasi sejenis di kota-kota besar lainnya.



Munas PRSSNI Munas XV tahun 2019 yang menempatkan Erick Thohir yang sebelumnya adalah anggota Dewan Pengawas PRSSNI menjadi Ketua Umum PRSSNI masa bakti 2019-2023. (Dok. Broadcastmagz).

Menyadari bahwa untuk pengembangan profesionalisme penyelenggaraan radio siaran swasta semakin kompleks dan pembinaan melalui asosiasi tingkat lokal-regional secara sendiri-sendiri pun menjadi tidak efektif, memerciklah gagasan dan mulai dipikirkan untuk membentuk organisasi berskala nasional.

Atas prakarsa tokoh-tokoh Persatuan Radio Siaran Jakarta didukung tokoh-tokoh asosiasi atau tokoh radio siaran swasta berbagai daerah, maka digagas, dipersiapkan sampai berhasil diselenggarakan Kongres pertama Radio Siaran Swasta se-Indonesia yang melahirkan organisasi Persatuan Radio Siaran Swasta Niaga Indonesia (PRSSNI) di Balai Sidang Senayan Jakarta, pada tanggal 16-17 Desember 1974, dihadiri 227 orang peserta,

mewakili 173 stasiun radio siaran swasta dari 34 kota di 12 provinsi.

Layaknya sebuah organisasi, PRSSNI memiliki Anggaran Dasar, Anggaran Rumah Tangga, Kode Etik/Standar Profesional Penyelenggaraan Radio Siaran, serta Program Umum. Juga, memiliki perangkat organisasi, sistem dan mekanisme organisasi, yang pada setiap periode persidangan Munas tiga-tahunan diperbaharui, diselaraskan dengan kebutuhan.

Pada Munas ke-IV PRSSNI di Bandung tahun 1983, kata “Niaga” diganti “Nasional” sehingga menjadi Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia tetap disingkat PRSSNI.

Tahun 2001, PRSSNI mengembangkan visi dan misi organisasi lewat transformasi menuju asosiasi industri media radio Indonesia yang pertama dan terbesar di Indonesia. Pertumbuhan anggota PRSSNI tahun 1974 sebanyak 223 radio anggota, kemudian tahun 1989 bertambah menjadi 451 anggota. Tahun 1995 tumbuh menjadi 647 anggota, bergerak lagi pertambahan anggota saat tahun 2000 menjadi 774 anggota, dan sejak 2005 hingga Juni tahun 2008, tercatat bertambah anggota menjadi berjumlah 847 stasiun penyiaran radio swasta.

Memasuki era digital, jumlah keanggotaan PRSSNI mengalami penurunan. Banyak hal yang menjadi penyebab. Tahun 2013, anggota PRSSNI di seluruh Indonesia tercatat sebanyak 758 stasiun radio.

Kini, PRSSNI yang memiliki 666 Anggota yang tergabung dalam 28 Pengurus Daerah tersebar di seluruh Indonesia dipimpin Erick Thohir. Di bawah kepemimpinan Erick Thohir yang terpilih secara aklamasi sebagai Ketua Umum PRSSNI Pusat periode 2019-2023 dalam Munas XV PRSSNI di Jakarta, 29 & 30 April 2019, memiliki empat gagasan utama yang ingin dicapai. Pertama, meningkatkan daya saing industri radio. Kedua, meningkatkan radio advertising expenditure (Radex). Ketiga, standarisasi pengelolaan radio. Keempat, sinergi pemerintah untuk regulasi yang mendukung kemajuan industri.

5.2 ARSLI (Asosiasi Radio Siaran Swasta Lokal)

Asosiasi Radio Siaran Swasta Lokal (ARSLI) dibentuk pada tahun 2002. Para anggota, asosiasi ini umumnya radio-radio baru. Saat ini, asosiasi tersebut dipimpin Nurhadi yang juga anggota DPR dari Partai Nasdem untuk masa kepemimpinan 2017-2022.



5.3 Asosiasi Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Radio Televisi Indonesia

Asosiasi LPPL Radio-Televisi Indonesia yang dikomandani Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kabupaten Banyuwangi Erwin Ibrahim berdiri pada Rakornas LPPL Pertama di Kabupaten Banyuwangi, 9 Oktober 2018. Tanggal ini kemudian dijadikan Hari Lahir Asosiasi LPPL Radio-Televisi Indonesia.



Sebagai lembaga penyiaran publik milik pemerintah daerah, keberadaan LPPL Radio Televisi berperan sebagai media komunikasi massa yang menyalurkan gagasan dan informasi pembangunan secara berkesinambungan, akurat, seimbang dan bertanggung jawab.

Dalam rangka menjalankan fungsinya, LPPL merasa pun menjalin kerja sama dengan berbagai pihak diantaranya dengan LKBN Antara, GVR TV, Kelola Sendang-ZSL yang memproduksi informasi-informasi positif, salah satunya lewat siaran berjejaring. Selain menyebarkan informasi positif siaran berjejaring juga merupakan upaya LPPL dalam menaikkan citra radio dan televisi pemerintah. Juga, menjalin kemitraan bersama perusahaan teknologi dengan platform SVARA untuk semakin mengoptimalkan penyelenggaraan penyiaran khususnya bagi radio pemerintah daerah melalui siaran streaming.

LPPL di sejumlah provinsi selain bergabung dengan asosiasi berskala nasional ini, juga membentuk asosiasi berskala provinsi, antara lain Asosiasi LPPL Radio Jawa Timur yang dibentuk oleh 14 LPPL yang menghadiri pertemuan pada 5 April 2018 dan kepengurusannya dikukuhkan Kepala Dinas Komunikasi dan Informasi Provinsi Jawa Timur pada 21 September 2018. Juga, Asosiasi LPPL Radio dan Televisi Sumatera Barat yang pembentukannya diinisiasi KPID Sumatera Barat pada bulan Maret 2019 sementara ini masih beranggotakan LPPL radio karena LPPL televisi belum ada di Sumatera Barat.

5.4 Asosiasi Radio TV Islam Indonesia (ARTVISI)

Pertemuan-pertemuan dalam rangka perintisan asosiasi ini telah dimulai sejak tahun 2008. Saat itu ada sekitar 40-an media bertemu untuk peningkatan profesionalisme, bertempat di Cileungsi Bogor, disusul pertemuan berikutnya tahun 2012 bertempat di Yogyakarta, dan berujung pada pertemuan di IHBS TV di Jakarta Timur pada tahun 2014. Dalam pertemuan tersebut akhirnya disepakati untuk membentuk ARTVISI (Asosiasi Radio TV Islam Indonesia) yang saat ini telah mempunyai legalitas dari Kemenkumham Akta No 3 Tanggal 18 September 2014 No. AHU-00628.60.10.2014.



ARTVISI yang beranggotakan Lembaga Penyiaran Swasta dan Komunitas berupa Lembaga Siaran Radio dan Televisi Islam Indonesia, saat ini diketuai Diding Sobarudin, A.Md.Kes. dan memiliki anggota sebanyak 60 Lembaga.

Selain PRSSNI, Asosiasi Radio Siaran Swasta Lokal Indonesia (ARSSLI), Asosiasi LPPL Radio-Televisi Indonesia, serta ARTVISI, tercatat juga asosiasi radio lainnya seperti Asosiasi Radio Siaran Swasta Indonesia (ARSSI), Forum Radio jaringan Indonesia (FRJI), serta JRKI (Jaringan Radio Komunitas Indonesia) yang merupakan organisasi radio komunitas yang ada di Indonesia.

5.5 Jaringan Radio Komunitas Indonesia (JRKI)

Kelahiran Jaringan Radio Komunitas Indonesia (JRKI) dipicu atas upaya advokasi jaringan radio komunitas yang dimotori Jaringan Radio Komunitas (JRK) Jawa Barat yang dideklarasikan pada hari minggu tanggal 24 Maret 2002 pukul 14.00 WIB dan Jaringan Radio Komunitas Yogyakarta (JRKY) yang dideklarasikan oleh 30 radio komunitas dan 22 elemen LSM pendukung di Daerah Istimewa Yogyakarta di Aula Gedung Rakyat DPRD DIY, 6 Mei 2002, terhadap RUU Penyiaran yang saat itu sedang siap disahkan. Upaya mereka berhasil saat RUU disahkan menjadi UU Penyiaran yang mengakui keberadaan Lembaga Penyiaran Komunitas tepatnya pada Bagian Keenam pasal 21-24 tentang Lembaga Penyiaran Komunitas.



Jaringan Radio Komunitas Indonesia (JRKI) dideklarasikan dalam sebuah lokakarya nasional pada 12-15 Mei 2002. Di dalam organisasi JRKI terdapat jaringan radio komunitas daerah seperti JRK Sumatera Barat, JRK Sumatera Selatan, JRK Lampung, JRK Jabotabek & Banten, JRK Jawa Barat, JRK Jawa Tengah, JRK Yogyakarta, JRK Jawa Timur, JRK Bali, JRK Lombok, JRK Sulawesi Utara, JRK Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat, dan JRK Papua. Saat ini JRKI diketuai Sinam M Sutarno.

BAB 6

RADIO DAN PROGRAM

Radio Programming merupakan proses aktifitas siaran radio bagaimana seorang programmer atau program director merangkai/mengatur materi siaran termasuk menyeleksi, menjadwalkan, dan mempresentasikan di udara sehingga evaluasi terus menerus untuk terbentuknya format penyiaran radio dengan tujuan menciptakan citra radio sesuai yang direncanakan (station image) yaitu dalam upaya mencapai audience tertentu (target audience) untuk terus tumbuh.

Radio Programming sebagai bagian terpenting dalam proses produksi radio siaran, dalam konteks radio komersial merupakan bahan utama kegiatan pemasaran (marketing) radio dan perlu dikelola secara maksimal. Penyusunan program di radio merupakan kegiatan awal yang sangat menentukan tujuan siaran dan tujuan mendatangkan iklan. Posisinya

sekaligus merupakan ekspresi dari visi dan misi perusahaan radio, juga sebagai strategi untuk mencapai tujuan perusahaan.

Pemahaman ini dikenal sebagai pendekatan 'Segitiga Hubungan Radio-Pendengar-Pengiklan'.

Sebuah radio dapat dikatakan mencapai fungsi sosial dan komersialnya, apabila radio memulainya dengan memperoleh pendengar, baik secara kuantitas maupun kualitas, sesuai dengan target pendengar yang hendak dicapai. Keberhasilan menjaring pendengar bermula dari program siaran seperti apa yang mampu menjawab ketertarikan pendengar, kebutuhannya dan keinginan mendengarkan siaran radio.

Akibat program siaran yang memenuhi ketertarikan, kebutuhan dan keinginan tersebut, pendengar memberikan respon berupa tindakan mendengarkan siaran tersebut. Respon tersebut yang memberikan indikasi baik kepada pengiklan maupun tim periklanan radio, bahwa acara di radio tersebut berhasil mengundang pendengar, juga pantas untuk dimanfaatkan sebagai tempat memperdengarkan iklan. Program siaran pula yang selalu menjadi alasan baik keberhasilan maupun kegagalan radio siaran.

Pendekatannya diawali dari pemahaman tentang konsep dan teori Radio Programming sehingga mampu mengetahui dan memahaminya. Selanjutnya, dapat mengaplikasikannya dalam kegiatan praktis, yang hasilnya berupa rancangan program siaran di radio sebagai acuan produk radio siaran.

Dalam tahapan pemahaman tentang konsep dan teori Radio Programming, pengetahuan tentang aspek-aspek yang mempengaruhi pemahaman tentang teori radio programming. Aspek-aspek tersebut meliputi pengetahuan tentang fungsi program di radio, ragam bentuk program radio, dan faktor yang mempengaruhi penyusunan program radio.

Ketika para pengelola stasiun penyiaran radio merencanakan untuk mendirikan lembaga penyiaran radio, salah satu faktor yang perlu menjadi kajian khusus adalah bagaimana menetapkan target pendengar. Apalagi saat ini kompetisi sangat tinggi sehingga target pendengar adalah menjadi prioritas. Oleh karena itu dalam upaya pencapaian target pendengar tersebut diperlukan "programming" (pekerjaan menata/mengatur elemen/materi siaran (termasuk : acara) sedemikian rupa untuk mendapatkan dan mengembangkan pendengar).

6.1 Riset Internal

Untuk memahami penataan acara penyiaran radio, memang tidak mudah. Diperlukan kajian-kajian khusus perencanaan program, bila perlu lakukan riset internal. Idealnya salah satu aspek yang wajib dilakukan oleh penyelenggara radio siaran dari sekian banyak aspek yang perlu dilakukan adalah riset internal. Lembaga penyiaran radio yang melakukan riset internal bisa merumuskan ketepatan dan keakuratan dalam mengelola manajemen siaran secara efektif dan menjangkau target aspek-aspek pengelolaan radio siaran. Selain itu dapat mengukur dan menemukan kepastian-kepastian terhadap preferensi asumsi-asumsi serta cara pendekatan yang terefektif melalui pengelolaan radio siaran. Dengan demikian semua hal yang berhubungan dengan dugaan dapat memperoleh jaminan terhadap penerapan pengelolaan stasiun penyiaran radio yang dirancang.

Riset internal juga akan memaksimalkan efektifitas rencana perubahan atau usaha pengembangan penyelenggaraan yang sukses. Hanya dengan temuan pengukuran tentang kelebihan dan kekurangan dapat dilakukan langkah perubahan dan penguatan dengan tepat.

Pengertian riset internal adalah kegiatan pengumpulan data melalui riset yang dilakukan berdasarkan pendekatan fakta agar lebih terukur dan tidak menggunakan asumsi atau insting. Riset menjadi dasar untuk strategi bersaing.

Dengan penggunaan hasil riset kita dapat menyusun strategi untuk bersaing dan mengukur keefektifan semua aspek yang ada dalam pengelolaan lembaga penyiaran radio. Dalam konteks ini hasil riset bisa dijadikan sebagai sarana untuk membuat langkah-langkah yang diharapkan mencapai target maksimal. Pertimbangannya meliputi:

- a. agar elemen manajemen siaran yang disiapkan dan ditata menjadi relevan, bermanfaat, dan menarik minat pendengar dan pemasang iklan,
- b. menempatkan seluruh elemen manajemen siaran pada ukuran yang tepat,
- c. meningkatkan target kinerja siaran secara maksimal dengan hasil yang efektif,

- d. membantu menetapkan target secara objektif dan bermetode yang terukur,
- e. membantu penyusunan perencanaan bisnis radio dengan cara pendekatan yang paling tepat.

Sisi lain melakukan riset, pengelola penyiaran radio dapat mengetahui data terukur baik riset khalayak maupun kompetitor. Banyak hal yang bisa menjadi ukuran bagi lembaga penyiaran radio melakukan riset khalayak dan riset kompetitor.

Riset khalayak:

- a. untuk mengetahui perilaku, kebiasaan dan gaya hidup. Apakah sudah sesuai seperti yang direncanakan dan diharapkan oleh perusahaan atau lembaga penyiaran radionya,
- b. untuk mengetahui efektifitas beriklan di radio,
- c. untuk mengetahui ekspektasi pendengar, pengiklan dari segmen yang ditargetkan oleh perusahaan atau lembaga penyiaran radionya.

Riset Kompetitor:

- a. untuk Mengetahui kinerja periklanan kompetitor,
- b. untuk mengetahui radio positioning,
- c. untuk mengetahui kondisi nyata atau fakta di lapangan secara update,
- d. kinerja kompetitor dari semua aspek manajemen siaran.

Biasanya data riset secara umum tersebut diperlukan untuk mendukung kegiatan perencanaan bisnis radio setiap tahun (Working Plan). Dalam hal ini akan semakin terarah khususnya pemahaman strategis yang dituju untuk implementasi dalam "action plan" untuk pencapaian target-target kinerja pada semua aspek manajemen siaran.

Dari riset internal yang dilakukan, didapat data yang menjadi bahan pertimbangan program/manajemen untuk mengambil keputusan. Riset hasilnya dapat dimanfaatkan:

- a. mengukur besaran pendengar acara tersebut secara kuantitas dan kualitas,

- b. menemukan komposisi aktual yang menyangkut data demografis pendengar,
- c. membantu pengukuran jarak kesenjangan antara hasil yang diharapkan dan yang dicapai acara itu melalui perbandingan terhadap target yang direncanakan,
- d. menemukan panduan yang lebih konkret untuk melanjutkan program siaran,
- e. mengukur preferensi terhadap hasil program dan cara memeliharanya,
- f. membantu merancang anggaran sebuah program siaran, termasuk membantu penetapan harga iklan yang paling ideal, yang pada umumnya menggunakan ukuran raihan nilai setiap pendengar dan sejumlah pendengar yang mendengarkan acara tersebut,
- g. untuk mengukur dan menemukan kepastian terhadap preferensi asumsi-asumsi serta pendekatan yang terefektif. Dengan demikian semua hal yang berhubungan dengan dugaan dapat memperoleh jaminan terhadap penempatan aspek manajemen yang dirancang,
- h. memaksimalkan efektifitas rencana perubahan usaha mempertahankan kualitas pengelolaan yang sukses. Karena hanya dengan pengukuran dan temuan tentang kelebihan maupun kekurangan, dapat dilakukan langkah perubahan dan penguatan dengan tepat.

6.2 Fungsi

Hal lain para praktisi radio yang ingin berkecimpung dalam programming perlu memiliki pengetahuan yang luas dan memahami kedalaman program acara. Seorang programmer selain memiliki kemampuan untuk merencanakan program, pahami pula fungsi program yang diintegrasikan dengan pengetahuan perkembangan penyiaran radio. Seorang programmer paling tidak memaham 6 fungsi di bawah ini:

Pertama, fungsi programming memang sangat sulit jika dikaji dari ukuran keakuratannya (*difficult to size accurately*). Sejauh yang penulis ketahui di Indonesia operasional penyiaran radio komersial memiliki perencanaan penjadwalan program untuk setiap harinya dalam seminggu 15 sampai 20 jam setiap harinya, dan tidak sedikit pula yang memiliki penjadwalan tanpa henti atau 24 jam setiap harinya.

Penyiaran radio pembagian segmen waktu secara standar bisa disusun dalam satu harinya sebagai berikut; Waktu Pagi (*Morning Drive*) antara jam 05.30 atau 06.00 hingga jam 10.00 pagi; Waktu Siang (*Daytime*) antara jam 10.00 hingga jam 15.00; Waktu Sore (*Afternoon Drive*) antara jam 15.00 hingga jam 19.00 atau jam 20.00; Waktu Malam (*Night-time*) antara jam 19.00 atau jam 20.00 hingga tengah malam. Lewat Tengah Malam (*Overnight*) selang waktu antara tengah malam hingga saat waktu pagi.

Kedua, fungsi programming adalah berkesinambungan (*continuous*). Dalam melakukan siarannya tidak hanya dengan satu atau dua program. Sejak "Sign On" pada pagi hari, tanpa berhenti sampai "Sign Off". Tinjauan fungsi berkesinambungan ini adalah untuk mengembangkan jumlah pendengar dari hari ke hari. Kebiasaan pendengar adalah jika programnya mereka suka dijamin akan terus mendengar program demi program hingga tuntas, dan sebaliknya jika tidak suka mereka akan pindah meninggalkan program tersebut untuk mencari stasiun penyiaran radio yang lain.

Ketiga, fungsi programming adalah persaingannya sangat luar biasa (*extremely competitive*) – banyak yang membidik dengan target pendengar yang sama karena jumlah radio saat ini semakin banyak. Selain itu persaingan ini tidak saja di tingkat stasiun yang berdiri sendiri (*single station*), juga sudah sampai di tingkat jaringan (*networks*). Oleh karena itu para pengelola harus terus berupaya agar program-program yang disajikan terdengar berbeda untuk menjadi program unggulan dan disukai oleh pendengarnya. Kreatifitas menjadi hal penting dalam memenangkan persaingan ini.

Keempat, fungsi programming menjaga stabilitas dalam jadwal program. Hal ini adalah upaya untuk mengembangkan kebiasaan mendengarkan. Semakin lama waktu pendengar mengikuti program, maka akan dapat berdampak kepada lamanya pemasangan iklan melakukan promosi juga. Selain itu untuk menjadi acuan dalam merencanakan program-program baru yang akan dibuat.

Kelima, fungsi programming adalah mencari dan memperoleh ide dan materi kreatif, yang bisa didapat dari seluruh sumber yang memungkinkan. Hal ini penting karena harus berfungsi untuk mengembangkan ide-ide dan bentuk program baru serta mengembangkan untuk memelihara imajinasi pendengar.

Keenam, fungsi programming adalah spekulasinya sangat tinggi (*highly speculative*). Tidak ada aturan pasti untuk memprediksikan ide program akan berhasil dan diminati pendengar. Jika kegagalan program sudah bisa diprediksikan, boleh jadi hal ini akan mempermudah penataan acara yang dalam kenyataannya kegagalan itu tidak bisa dibicarakan saat

awal. Programming bisa diibaratkan hal yang tidak dapat dijelaskan dengan kata-kata (*indenfinable*) dan aspek yang tidak dapat diraba (*intangible*) daya tarik pendengar.

Dengan pemahaman keenam fungsi di atas, seorang Program Director yang baik, paling tidak akan memiliki kemampuan mengevaluasi aspek " idenfinable " dan " intangible " daya tarik pendengar. Analisa evaluasi yang berhasil biasanya didukung oleh beberapa factor, antara lain adalah pengetahuan yang luas dari berbagai sumber, memahami bisnis penyiaran radio secara umum, dan memahami pembiayaan membuat program. Dengan pemahaman ini, seorang program director akan dapat mengevaluasi dan dapat menjalankan seluruh resiko pekerjaan sulit dengan tingkat keberanian yang tinggi (*courage*).

6.3 Strategi

Strategi Programming adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan menata atau mengatur elemen/materi siaran (termasuk acara) sedemikian rupa untuk mendapatkan dan mengembangkan pendengar. Sedangkan yang dimaksud dengan Strategi Radio Programming adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan merangkai atau mengatur siaran termasuk menyeleksi, menjadwalkan, dan mempresentasikan di udara sehingga terbentuk station format dengan tujuan menciptakan station image untuk mencapai audiens tertentu (*target audience*) dan selanjutnya jumlah pendengar diupayakan terus tumbuh. Peran program bagi kelangsungan hidup suatu radio sangatlah besar. Program itu sendiri merupakan tindakan yang berkesinambungan, persaingan program radio sangatlah tajam, biaya produksi siaran radio dalam takaran waktu pengerjaannya, upaya, dan kreatifitas bukanlah sesuatu yang murah, kerja produksi siaran merupakan ekstra kompleks (perencanaan produksi, traffic, hingga ke penjualan), diperlukan stabilitas yang mantap dalam penataan program, untuk membangun kebiasaan pendengar, bergantung kepada kreatifitas, sumber-sumber pendukung, dan talenta.

Oleh karena itu, pekerjaan strategi programming menjadi penting dan merupakan pekerjaan spekulatif dan beresiko tinggi karena tidak ada hukum-hukum pasti bagi para praktisi radio untuk dapat meraih kesuksesan.

Standar yang sangat mendasar dalam strategi pemrograman adalah:

- a. rumusan target-target penyiaran, baik dalam pendekatan meraih pendengar semaksimal mungkin sesuai pilihan segmentasi, serta pertimbangkan memperoleh keuntungan financial melalui target periklanan,
- b. pemahaman apa yang dimiliki penyusun program siaran tentang karakteristik medium radio, terutama yang berkaitan dengan kekuatan radio maupun kelemahannya. Dengan mempertimbangkan bahwa radio siaran “hanya suara”,
- c. penempatan waktu penyiaran yang dianggap tepat, berhubungan dengan kesempatan dan kebiasaan target pendengar mendengarkan siaran radio,
- d. format dan bentuk siaran seperti apa yang menjadi kesukaan target pendengar dengan perumusannya sebagai berikut:
 1. keseimbangan tujuan menghibur dan menginformasikan,
 2. keseimbangan antara musik dan siaran kata,
 3. keragaman model acara yang dimungkinkan seperti program pemberitaan, drama, request, quiz, dan game, acara iklan dan sebagainya,
 4. keseimbangan kebutuhan khalayak mendengarkan radio sebagai refleksi peran radio terhadap kebutuhan pendengar,
 5. elemen atau unsur siaran apa saja yang menjadi kebutuhan acara, berkaitan dengan isi siaran yang dibutuhkan pendengar karena penyusunan program mempertimbangkan elemen dasar yang dibutuhkan, menyangkut musik, Informasi, bunyi-bunyian, kepenyiaran, dan materi lainnya. Kebutuhan-kebutuhan elemen menyesuaikan desain program sebagai turunan dan penetapan format siaran dan target segmentasi,
 6. kegiatan merencanakan program siaran standar lainnya gunakan aktifitas riset khalayak sebagai pendekatan yang lebih terukur, meskipun saat ini masih banyak yang mengandalkan asumsi dan insting.

Sedangkan untuk menentukan keberhasilan suatu program idealnya menggunakan riset khalayak sebagai kelengkapan pemograman di radio. Riset khalayak yang dilakukan terhadap sebuah program siaran yang telah mengudara, hasilnya dapat dimanfaatkan:

- a. mengukur besaran pendengar acara tersebut secara kuantitas dan kualitas,
- b. menemukan komposisi aktual yang menyangkut data demografis pendengar,
- c. membantu pengukuran jarak kesenjangan antara hasil yang diharapkan dan yang dicapai acara itu melalui perbandingan terhadap target yang direncanakan,
- d. menemukan panduan yang lebih konkret untuk melanjutkan program siaran,
- e. mengukur preferensi terhadap hasil program dan cara memeliharanya,
- f. membantu merancang anggaran sebuah program siaran, termasuk membantu penetapan harga iklan yang paling ideal, yang pada umumnya menggunakan ukuran raihan nilai setiap pendengar dan sejumlah pendengar yang mendengarkan acara tersebut.

Untuk menentukan efektifitas program idealnya juga perlu menggunakan riset khalayak. Alasan menggunakan hasil riset:

- a. untuk merumuskan dengan tepat dan akurat program siaran yang paling efektif menjangkau target sasaran, melalui penetapan dan komposisi elemen siaran yang paling tepat. Misalnya, pemahaman dengan tepat musik atau lagu seperti apa yang disukai, informasi tentang apa yang paling dibutuhkan, atau menentukan kebutuhan pola komunikasi penyiar yang paling efektif,
- b. untuk mengukur dan menemukan kepastian terhadap preferensi asumsi-asumsi serta pendekatan yang terefektif melalui program siaran. Dengan demikian semua hal yang berhubungan dengan dugaan dapat memperoleh jaminan terhadap penempatan program siaran yang dirancang,
- c. memaksimalkan efektivitas rencana perubahan usaha mempertahankan program siaran yang sukses. Karena hanya dengan pengukuran dan temuan tentang kelebihan maupun kekurangan, dapat dilakukan langkah perubahan dan penguatan dengan tepat.

6.4 Format dan Programming Radio

Stasiun penyiaran radio komersial dalam upaya mengoptimalkan pendapatannya berawal dari target dan perolehan pendengar. Jika dicapai dengan baik maka biasanya akan dicari oleh para pengiklan. Data pendengar inilah yang oleh pengiklan dijadikan dasar untuk melakukan promosi, selanjutnya membeli slot waktu penyiaran radio tersebut. Untuk menentukan rating data ini biasanya diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan, baik oleh stasiun sendiri maupun lembaga penelitian profesional. Data-data tersebut akan disampaikan kepada pengiklan.

Tujuan program dari sebuah stasiun penyiaran radio komersial adalah untuk menyiarkan atau mengudarakan sesuatu yang bisa menarik perhatian pendengar, kemudian bisa “dijual” kepada para pengiklan. Jika program tidak menarik, tentu saja akan sedikit pengiklan yang berminat, akibatnya semakin sedikit pemasukan yang diterima oleh stasiun penyiaran radio tersebut.

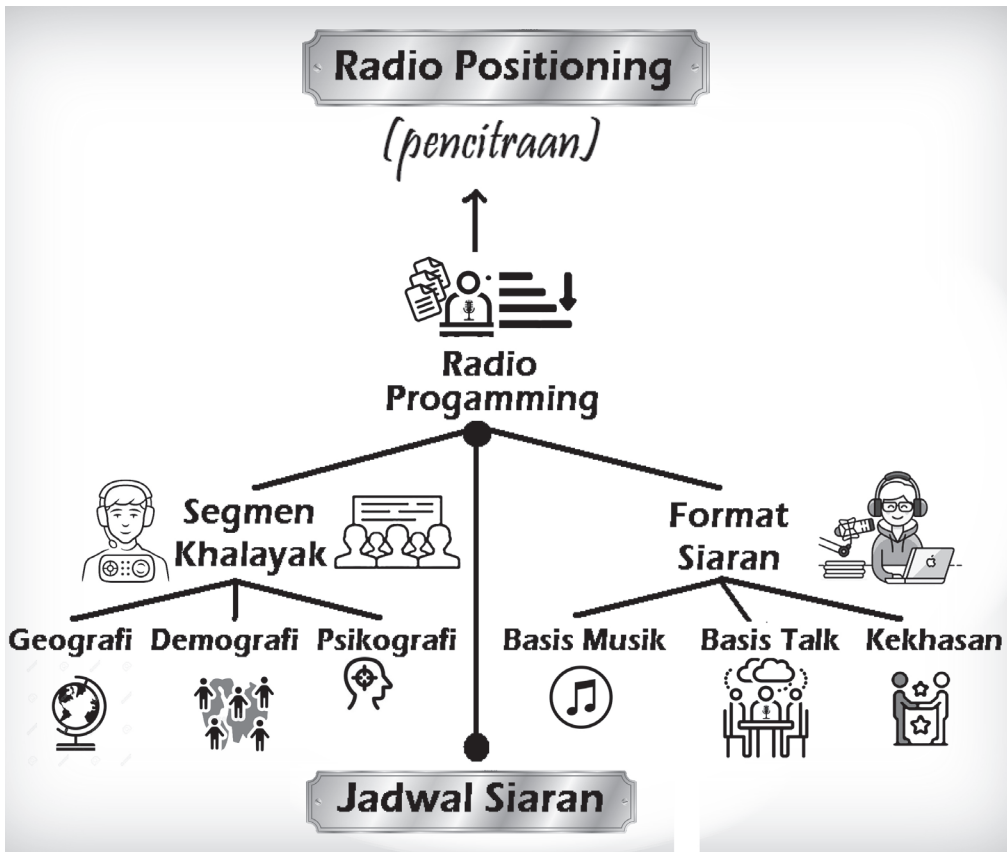
Tanpa adanya dukungan uang yang memadai, sebuah stasiun penyiaran radio tidak akan bisa mengudara. Jadi, permasalahannya adalah bagaimana membuat program menarik dan mendapatkan pendengar. Hal ini merupakan suatu aspek yang sangat penting dalam konsep “radio – programming” dan setara dengan pengembangan format. Misalnya, sebuah stasiun penyiaran radio komersial yang berhasil akan menarik dan meraih kelompok pendengar yang spesifik, dari konsep programming-nya upaya-upaya yang dilakukan harus memenuhi keinginan yang diharapkan oleh para pendengarnya.

Bagi pengelola stasiun penyiaran radio hendaknya berhati-hati dalam menentukan programming penyiaran radio. Pastikan terlebih dahulu positioning yang hendak dicapai. Positioning itu sendiri adalah upaya agar pendengar yang akan kita raih sesuai dengan citra yang kita kehendaki. Salah satu upayanya adalah membuat format acara yang akan diudarakan kepada pendengar sehingga antara positioning dan format akan membentuk citra stasiun penyiaran. Kehati-hatian menyusun format acara sebaiknya pula memperhatikan faktor persaingan penyiaran radio, geografis (perkotaan atau pedesaan), demografis (usia, status ekonomi, pendidikan), psikografis (gaya hidup) untuk mengelompokkan pendengar secara psikografis. Gaya hidup itu sendiri pada prinsipnya adalah bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya.

Oleh karena itu, sebenarnya segmentasi gaya hidup bisa diukur melalui aktifitas manusianya dalam jumlah populasi penduduk dan yang paling penting adalah memahami bagaimana peluang periklanan dari positioning dan format stasiun untuk usaha penyiaran radio tersebut.

Arti Penting Radio Positioning

Radio Positioning dijalankan oleh lembaga penyiaran radio untuk menciptakan suatu image tertentu dalam benak pendengar. Tetapi pendengar dapat menciptakan *image* yang berbeda dengan yang dikehendaki oleh lembaga penyiaran radio tersebut. Oleh karena itu, lembaga penyiaran radio harus menyampaikan suatu pesan yang sama, yang membentuk kebaikan utama program radio dan positioning.



Gambar 6.1. Ilustrasi elemen radio programming

Karakteristik tersebut harus menyampaikan suatu pesan dengan cara yang khusus, berbeda pesan-pesan serupa yang disampaikan oleh lembaga penyiaran radio pesaing. Karakteristik tersebut harus membawa kekuatan emosi sehingga membangkitkan perasaan yang sama seperti pada pemikiran pendengar dan pengiklan. Secara tegas peranan radio positioning adalah menempatkan suatu citra radio dalam benak pendengar dan pengiklan.

Positioning selalu menimbulkan persaingan. Pendengar dan pengiklan memandang suatu program radio dan lembaga penyiaran radio yang bersangkutan dalam suatu hubungan dengan program radio atau lembaga penyiaran radio lainnya. Pendengar dan pengiklan membuat hirarki dalam benaknya, kemudian menggunakan hirarki tersebut ketika mengambil keputusan untuk memilih suatu program radio. Jadi peranan radio positioning adalah membuat agar suatu program radio berada pada urutan pertama dalam benak pendengar dan pengiklan sehingga program radio dan lembaga penyiaran radio tersebut akan lebih diingat dan diperhatikan.

Bagaimana Format Dibangun?

Dalam pengelolaan penyiaran radio yang sangat berarti adalah bagaimana kita mengatur format. Jenis dari konsisten programming didesain semenarik mungkin untuk target market yang dituju. Format sangat penting karena menjadikan pribadi stasiun penyiaran radio tersebut untuk menarik pendengar. Station radio yang memiliki format dan lokasi serta komunitas yang sama akan bersaing untuk mendapatkan pendengar dan pendapatan stasiun penyiaran radio. Stasiun penyiaran radio membentuk formatnya untuk memberikan demografi yang benar seperti yang diharapkan. Misalnya, usia, jenis kelamin, dan status sosial ekonomi.

Pada kenyataannya format menjadi sangat tepat untuk menentukan program yang disajikan. Penyiaran radio merakit formatnya dalam berbagai cara. Hal termudah yang sering dijumpai adalah membuat program yang diletakkan di beberapa segmen waktu. Penyiaran radio setiap harinya akan menyiarkan hal-hal yang baru dan berbeda dengan stasiun penyiaran radio pesaing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbedaan populasi dan demografi pendengar akan dipengaruhi oleh ketertarikan pendengar terhadap program-program yang disajikan.

Ketertarikan itu disebabkan oleh kebutuhan dan keinginan pendengar. Misalnya, pagi hari mereka membutuhkan info kemacetan lalu lintas, kemudian siang hari mereka mengganti saluran radio untuk mendengarkan musik. Malam harinya, mungkin terpenuhi keinginannya di stasiun

penyiaran radio sesuai program yang ingin didengar. Contohnya adalah acara *obrolan ringan kehidupan, edu-sex-kasi*, dan talkshow-talkshow menarik lainnya.

Dalam setiap penyiaran program, unsur musik akan selalu ada karena musik tetap menjadi kebutuhan tertinggi bagi pendengar. Pada umumnya format stasiun penyiaran radio terbagi ke dalam 3 kategori: berbasis *musik*, berbasis *talk*, *news*, dan berbasis *kekhasan*.

Banyak stasiun penyiaran radio memiliki tampilan yang bervariasi di udara dengan menggunakan fasilitas peralatan otomatis yang dikendalikan atau dikawal oleh seorang operator dengan materi siaran yang sudah terekam sesuai perencanaan format. Penyiaran radio telah berkembang menjadi suatu media yang memusatkan perhatian pada kelompok-kelompok pendengar yang lebih kecil. Kelompok-kelompok itulah yang disebut sebagai *target pendengar*. Sebagai contoh, sebuah stasiun bisa saja menggunakan program sajian musik rock untuk menarik kelompok pendengar dengan demografis karakteristik usia muda. Aspek demografis merupakan suatu karakter statistik pada suatu populasi manusia; kata demografis ini sering kali digunakan *singular* dalam industri *broadcasting* untuk merancang suatu program bagi kelompok pendengar tertentu.

Dengan keberhasilan suatu stasiun penyiaran radio masuk ke satu segmen dalam masyarakat (misalkan saja kelompok orang dengan jenis kelamin, umur atau tingkat pendapatan tertentu), hal ini mengandung implikasi berupa berbagai jenis sajian musik yang juga beragam, sebuah stasiun bisa mulai berharap untuk menarik minat pihak pengiklan yang memiliki minat untuk menjual produk mereka pada orang-orang di segmen-segmen itu.

Perencanaan Programming Radio

Proses perencanaan programming yang paling penting adalah pertimbangkan mengenai tingkatan apa yang ingin dicapai dan bagaimana mengelola programming tersebut. Hanya dengan melalui kesuksesan programming inilah mengembangkan citra dan reputasi brand terhadap pendengar akan diraih sebanyak-banyaknya. Jika rating pendengar baik, lamanya mendengarkan maka akan sangat berdampak pada sirkulasi massa yang memang dicari oleh pemasang iklan.

Rating digunakan untuk mengukur efektifitas penggunaan media, rating menunjukkan bagian dari sejumlah individu yang mendengarkan suatu acara pada suatu waktu tertentu. Jika perolehan pemasukan dari

pemasang iklan baik maka hal ini menunjukkan operasional program penyiaran adalah menghasilkan. Bagian program, pemberitaan, teknik, dan penjualan dalam sebuah stasiun penyiaran radio perlu memiliki “programming leadership”.

6.5 Ciri Khas Siaran Radio

Beberapa hal yang digunakan lembaga penyiaran radio agar memiliki ciri khas.

Jingles

Jingles melambangkan suatu *basic brand* atau suatu cara penyampaian dalam acara radio agar mempunyai ciri khas tersendiri. Suatu jingles dianggap sangat penting dan setiap lembaga penyiaran radio berani membayar mahal seseorang untuk menciptakan suatu jingles yang benar-benar menjadi ciri khas. Keseluruhan produksi suatu jingles harus mengikuti konsep radio positioning yang direncanakan, target pendengar dan program-program yang akan disiarkan terintegrasi secara menyeluruh. Kegunaan sebuah jingles bagaikan tanda baca untuk siap didengarkan.

Tim produksi program radio akan menyisipkan jingles sebagai tanda setiap keterangan-keterangan yang ada pada sebuah program dengan berperan sebagai jembatan antara segmen-segmen yang memungkinkan presenter tersebut untuk “mengakhiri” satu segmen sebelum berganti arah dari program tersebut sekaligus untuk menyiapkan segmen berikutnya. Pemilihan jingles yang berbeda-beda durasinya membolehkan seorang penyiar untuk mengindikasikan arti dari kata “istirahat” di antara dua segmen atau dua lagu dan juga menyajikan fungsi yang praktis menyediakan sebuah segmen khusus dalam beberapa detik.

Sebuah kemasan jingles mengandung kunci dari jingles tersebut (biasanya digunakan untuk membawa pendengar masuk atau keluar dari bagian acara tersebut) sehingga pendengar tahu dan tidak perlu mendengar terlalu lama untuk mengidentifikasi acara tersebut. Jingles mengekspresikan suasana hati dan emosi. Dalam menentukan bentuk jingle radio, perlu mempertimbangkan pendengarnya, bentuk musik yang diudarkan keseharian, format stasiun dan acara. Karena jingles merupakan cerminan dari radio siaran yang bersangkutan maka dalam pemesanan jingles harus dapat memberikan dan keinginan dasar dengan arah radio siaran secara jelas. Musik dalam jingles dapat menunjukkan bentuk siaran radio, bisa dalam keseluruhan acara atau dibuat khusus untuk satu acara

tertentu, misalnya untuk tangga lagu atau acara-acara tertentu/khusus.

Signature Tunes

Signature tunes mempunyai arti yang hampir sama dengan jingles. Program dalam stasiun radio yang menampilkan hasil yang berseri. Program musik khusus secara jelas menggunakan "signs" untuk merefleksikan suatu musik hiburan, tapi juga menyajikan untuk memberi kesan dari keseluruhan program atau bentuk presentasi program tersebut. Stasiun radio sering mendesain rangkaian programnya di dalam setiap segmennya dengan "signs" untuk melengkapi susunan dan waktu (program rundown). Banyak stasiun radio yang memiliki tunes-tunes khusus untuk mengekspresikan perbedaan suasana hati dan kemungkinan yang cocok untuk program-program tertentu.

Live Performance

Stasiun radio sering menampilkan musik secara *live on-air* sebagai aktifitas programnya. Ini merubah rutinitas dari suatu kegiatan yang dilakukan baik di dalam maupun di luar studio, seperti menampilkan seorang artis di "luar penyiaran" program rutin. Penyiaran secara langsung pengisi musik/band yang tampil dalam suatu kegiatan musik oleh stasiun radio biasanya akan mengeluarkan dana khusus yang harus dibayar untuk artis pengisi program. Meskipun terkadang artis tersebut tidak mau dibayar karena sedang melakukan promosi album musik mereka maka stasiun radio akan bekerja sama dengan produser artis tersebut untuk mempulihkan beberapa bagian dari musiknya. Setiap Radio Siaran dapat membuat acara yang cukup khas dibandingkan radio siaran lain. Walaupun bentuk dasar dari acara tersebut sama, dapat diusahakan dengan penyajian yang lebih khas. Acara tersebut apabila menarik dan cukup lama disiarkan akan mampu menjadi ciri khas radio siaran yang bersangkutan.

Suara

Seorang penyiar dalam suatu stasiun radio harus mempunyai ciri khas dalam penyiarnya. Dampak kekhasan suara penyiar akan memberikan warna tersendiri bagi stasiun radio. Hampir semua pengelola stasiun radio menyadari bahwa unsur musik tidak bisa diabaikan dan pada kenyataannya "radio music" lebih digemari daripada "radio speech". Sedangkan jika ada stasiun radio yang hanya mengandalkan *speech* boleh jadi memiliki alasan tersendiri.

Isi

Program radio didengar oleh khalayaknya akan banyak dipengaruhi juga oleh isi siaran yang disajikan oleh program radio tersebut. Programming radio harus memperhatikan isi dari acara tersebut. Contoh: "Jika acara dari programnya bertujuan untuk anak muda maka isi siaran dari program tersebut harus sesuai dengan segmen anak muda". Selain itu, perlu juga memperhatikan aturan yang berlaku seperti yang tertuang dalam Undang-Undang No 32 Tahun 2002 tentang penyiaran yang mengamanatkan isi siaran wajib mengandung informasi, pendidikan hiburan, dan manfaat untuk pembentukan intelektualitas, watak, moral kemajuan, kekuatan bangsa, menjaga kesatuan dan persatuan, serta mengamalkan nilai-nilai agama dan budaya Indonesia. Isi siaran wajib dijaga netralitasnya dan tidak boleh mengutamakan golongan tertentu. Isi siaran dilarang bersifat fitnah, menghasut, cabul, perjudian, penyalahgunaan narkotika dan obat terlarang, serta dilarang mempertentangkan suku, agama, ras, dan antar golongan. Isi siaran dilarang memperolok, merendahkan, melecehkan dan atau mengabaikan nilai-nilai agama, martabat bangsa Indonesia, atau merusak hubungan internasional. Sedangkan isi siaran yang berhubungan dengan kegiatan jurnalistik di lembaga penyiaran radio harus tunduk kepada kode etik dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Setiap mata acara yang disiarkan wajib memiliki hak siar. Dalam menyiarkan acara lembaga penyiaran wajib mencantumkan hak siar dan harus disebutkan secara jelas karena dilindungi oleh undang-undang yang berlaku. Lembaga penyiaran wajib melakukan ralat apabila isi siaran dan atau berita yang diketahui terdapat kekeliruan dan atau kesalahan, atau terjadi sanggahan terhadap isi siaran dan atau berita. Ralat atau pembetulan dilakukan dalam jangka waktu kurang dari 24 jam berikutnya, dan apabila tidak memungkinkan untuk dilakukan, ralat dapat dilakukan pada kesempatan pertama serta mendapat perlakuan utama.

Lembaga penyiaran radio wajib menyimpan bahan siaran sekurang-kurangnya untuk jangka waktu satu tahun setelah disiarkan. Disebutkan juga bahwa pedoman perilaku penyiaran berkaitan dengan isi siaran meliputi beberapa hal di antaranya adalah rasa hormat terhadap pedoman keagamaan, rasa hormat terhadap hal pribadi, kesopanan dan kesucilaan, perlindungan terhadap anak-anak, remaja, dan perempuan, penggolongan program dilakukan menurut usia khalayak, penyiaran program dalam bahasa asing, Ketepatan dan kenetralan program berita, siaran langsung dan siaran iklan.

Bahasa

Ada dua hal yang perlu diperhatikan oleh stasiun radio:

1. Gunakan bahasa yang dapat dipahami oleh pendengarnya sesuai target pendengar, jangan menggunakan bahasa seperti dalam surat kabar;
2. Karena tidak ada bentuk visual untuk membetulkan arti jika terjadi kesalahan, gunakan bahasa yang eksplisit. Selain itu bahasa yang digunakan penyiar saat mengudara bisa merupakan identitas sebuah stasiun penyiaran radio. Gaya bahasa siaran bisa misal terlihat pada sapaan kepada pendengarnya atau cara bicara yang disajikan.

Gaya penampilan

Gaya penampilan atau yang lebih dikenal dengan "*Air Personality*" merupakan identitas keseluruhan radio siaran, baik station call, bahasa siaran, slogan maupun segi teknik dan musik.

Bagaimana Target Pendengar Mempengaruhi Format

Banyak riset dilakukan untuk menentukan jenis-jenis program yang menarik dengan tipe-tipe pendengar yang berbeda. Upaya yang dilakukan ini adalah identifikasi format-format yang mendekati pendengar khusus.

Suatu format pada dasarnya adalah pengaturan elemen-elemen program: musik, identitas stasiun, informasi, dan spot komersial, ke dalam suatu susunan yang menarik untuk mempertahankan segmen pendengar yang dicari stasiun penyiaran radio. Misalnya, sebuah format yang diberi nama "*Top 40*" atau "*CHR*" (*contemporary hit radio*) disusun dari rekaman-rekaman musik yang paling populer yang disajikan kepada pendengar remaja belasan tahun dan usia awal dua puluhan. Dengan membuat program yang bagus dari rekaman-rekaman ini, suatu stasiun penyiaran radio akan mampu menarik pendengar dari kelompok umur ini.

Semakin banyak remaja dan orang dewasa muda yang mendengarkan stasiun tersebut, semakin banyak radio tersebut menarik pengiklan yang ingin menggunakan radio itu untuk menjangkau target pendengar yang berharga ini. Banyak sekali format yang dapat disajikan oleh banyak stasiun penyiaran radio, termasuk CHR yang disebutkan di atas. Format CHR ini merupakan versi yang lebih baru dan inklusif dari format Top 40, sedangkan lagu Adult Contemporary adalah lagu kontemporer dewasa

untuk pendengar dewasa dengan musik modern. Country, album-album berorientasi rock atau AOR – album-oriented rock merupakan suatu format musik yang indah, dan musik klasik. Juga terdapat format yang khusus seperti musik kontemporer masyarakat urban, musik etnik, jazz, dan berita yang telah berkembang dalam beberapa bentuk, termasuk acara keseluruhan menyajikan berita, kemudian berita-perbincangan, dan bentuk- bentuk lainnya.

Suatu fenomena yang menarik adalah berkurangnya perbedaan antara format-format acara pada di beberapa radio siaran. Ingat, format adalah lebih dari sekedar musik. Rumusan untuk membuat format mungkin bisa disebut sebagai *produksi*, *personalitas*, dan *pembuatan program*. Bagaimana ketiga komponen tersebut *menjadi* satu ke dalam sebuah format, tergantung kepada keputusan penjualan dari pengelolaan stasiun penyiaran radio yang bersangkutan.

Keputusan ini biasanya berdasarkan sebuah analisa persaingan yang cermat untuk disuguhkan kepada target pendengar dengan harapan pendengar itu akan menyukai dan setia terhadap stasiun penyiaran radio tersebut. Format kemudian menjadi sebuah daya tarik " *positioning* ' yang dapat menarik pendengar lebih banyak. Penyiaran radio akan selalu memodifikasi format secara berkala. Jika perubahan dilakukan biasanya akan lebih berpengaruh terhadap segmen demografi.

Dalam hal lain, selera pendengar mungkin akan berubah karena adanya persaingan format antara radio satu dengan yang lainnya. Oleh karena itu, format akan selalu berubah mengikuti perkembangan perubahan pendengar seperti juga perubahan dalam kehidupan masyarakat.

Bentuk program yang populer

Programmer harus memahami bentuk siaran radio sebagai pengetahuan. Dengan pemahaman bentuk acara maka programmer radio akan dapat menentukan bagaimana pesan-pesan itu diimplementasikan kepada pendengar. Agar terjadi sebuah proses komunikasi yang persuasi maka perlu dipertimbangkan bagaimana menyampaikan pesan dengan mempertimbangkan pula kemampuan pendengar untuk menerima isi pesan tersebut.

Ada beberapa bentuk program siaran yang sangat populer, antara lain.

Program berbasis Siaran hiburan / musik

Aspek siaran hiburan ini dalam program radio, antara lain siaran drama, program musik, macam-macam program humor, quiz dan format siaran sejenis lainnya.

Drama adalah sebuah komposisi menceritakan kisah melalui aksi dan dialog. Pada umumnya meliputi konflik: orang dengan orang atau orang dengan masyarakat. Sebuah drama dalam bentuk siaran, memiliki sebuah alur cerita awal, tengah, dan akhir. Sebuah drama mencakup teknik drama kegelisahan menunggu sesuatu, ketegangan dan cerita yang memberikan informasi serta fakta-fakta. Drama atau sandiwara radio yang bagus dapat memikat banyak pendengar.

Karena radio bukan medium gambar, *action* harus digambarkan dengan kata-kata melalui suara. Contoh pertandingan tinju, akan didramatisasikan di radio dengan bunyi bell, teriakan atau riuhnya penonton, dan pukulan sarung tangan. Penjelasan perkelahian biasanya dilakukan dengan dialog. Biasanya drama mempunyai urutan kejadian dan kesimpulan. Walaupun elemen-elemen dramatik dalam produksi drama radio tidak selalu harus komplit dari urutan awal, tengah hingga akhir. Paling tidak harus ada penyelesaian dan pemecahan masalahnya.

Di dalam bentuk dramatik akhir dari sebuah cerita ada penyelesaian konflik. Berkata-kata adalah sangat penting dalam drama radio agar alasan mudah dimengerti. Kata-kata menentukan informasi dan simbol dalam sebuah adegan, dan menjelaskan tindakan, sebagai contoh, darah yang keluar dari pelipis, dilontarkan oleh penyiar atau percakapan dalam sebuah sudut perkelahian. Alur cerita adalah bentuk kisah. Seluruh tindakan dan dialog harus dikembangkan: beberapa adegan dalam tindakan atau dialog harus sesuai sepanjang alur cerita dan harus menguatkan pesan. Konflik dalam sebuah drama tidak harus selalu terjadi pada dua orang saja. Konflik dapat terdiri dari perjuangan seseorang untuk mengatasi pusingnya permasalahan. Siaran drama di radio adalah suatu upaya untuk menyampaikan pesan-pesan kepada pendengar. Siaran drama bersambung akan sangat berhasil memikat pendengar untuk mengikutinya, dan seakan menjadi seperti tradisi dari bagian kehidupan pendengar.

Bentuk penyajian acara drama biasanya meliputi pemaparan hal-hal yang penting dalam pendukung konflik antara masalah dan tokoh, yang kemudian para tokoh dihadapkan pada resiko-resiko. Bagian ini adalah

bagian yang paling panjang dari suatu naskah sandiwara radio serta pada segmen ini dijelaskan pula perkembangan karakter para pelaku semakin matang. Selanjutnya konflik mencapai puncak (klimaks), dan terjadi suatu keseimbangan suatu penyelesaian dramatik. Sedangkan antiklimaksnya adalah penyelesaian artistik yang memberikan aksentuasi pada pesan yang menjadi dasar naskah sandiwara tersebut. Bahasa yang dipergunakan dalam sandiwara radio ini sebaiknya menggunakan bahasa yang digunakan oleh komunikasi masyarakat sehari-hari.

Mengkaji perkembangan sandiwara radio di Indonesia, bentuk siaran drama ini sempat populer di era taun 70-an dan 80-an. Saat itu siaran drama di radio memang sedang tren, booming, dan sangat fenomenal. Drama radio mendapatkan rating yang spektakuler dari sisi pendengar, khusus untuk serial drama radio "Saur Sepuh" yang menjadi pionir popularitas drama radio bisa menghipnotis pendengar menjadi penasaran secara terus menerus untuk mengikuti alur cerita serial yang disajikan ini. Setelah itu bermunculan pula serial lainnya, seperti: "Misteri Gunung Berapi", "Tutur Tinular", "Satria Madangkara", "Butir-butir Pasir di Laut", "Nini Pelet", walaupun serial-serial drama tersebut mendapat respon baik para pendengar radio, tidak seheboh "Saur Sepuh". Di Segmen pendengar anak muda khususnya kota Jakarta, Radio Prambors sempat mempopulerkan serial drama radio "Catatan Si Boy", kesuksesannya terbawa hingga ke layar lebar. Akan tetapi pada akhirnya secara perlahan dan pasti, drama radio berakhir masa keemasannya, satu persatu serial drama radio mulai ditinggalkan pendengar.

Musik

Dalam implementasi penyiaran radio, musik masih merupakan elemen utama yang tetap dipertimbangkan dalam sajian program radio. Peran musik yang mengudara lebih ditunggu daripada penyiarannya. Musik di lembaga penyiaran radio dikategorikan: Background music, Featured music (lagu), Jingles. Kewajiban music director untuk berusaha mengenal semua lagu, menguasai lagu & kebutuhan pendengar akan musik. Seorang music director harus mampu juga memahami dan mengenali Karakter setiap lagu: Area (Barat, Indonesia, Jepang, India, Mandarin, Perancis, Arabia), Era (1950-an, 1960-an, 1970-an, 1980-an, 1990-an, 2000-an), BPM (Beats Per Minute) misal *High-Medium-Low*, Jenis Musik (Pop, Dangdut, Rock, Dance/Disco, Etnik Tradisional, Keroncong/Campursari, Jazz, Country, Classic), Gender (penyanyi pria/ wanita), Ritme (Happy, melankolis, Up), Genre (Hits/Contemporary, Current, Recurrent, Oldiest, Standard).

Musik merupakan bagian terbesar dalam tatanan program radio. Pada umumnya stasiun radio menyajikan musik dalam siarannya dari berbagai sumber rekaman musik: CD, tape, turntable, dan komputer. Stasiun penyiaran radio sangat mengandalkan musik dalam tatanan program siarannya

Kategori musik

Musik merupakan bahan baku penyiaran radio. Rekaman-rekaman musik dalam cartridge, tape, disc, dan file dengan mudah didapat dan tidak mahal. Trend musik populer terus berubah seiring perubahan perkembangan manusia. Memperhatikan pemutaran musik di stasiun radio banyak diudarakan berbagai spesifikasi musik. Misalnya, Pop, Modern Rock, Hardrock, Clasic Rock, Adult Alternative, R&B, Rap, Country, Electronica, Jazz, Blues, Latin. Dari kajian musik yang berkembang di stasiun penyiaran radio, banyak dimainkan kategori musik: Urban, Country, Rock., Alternative, Indie/Folk, Pop/Dance, Christian, Jazz/Blues, 1990's, 1980's, 1970's, 1960's. Dengan macam-macam kemasan musik tematik seperti Top 10, Hits, Oldies, Mood, At Work, Party, World Zone, Kidz Corner, Dinner, Exercise, dan Cover Song. Musik pop menciptakan simbol yang manjur untuk kepustakaan musik.

Dalam siaran radio, program musik ini masuk ke dalam semua tatanan program – hal ini berkaitan dengan komposisi musik, penjadwalan untuk menjaga dan membangun citra stasiun radionya. Perlu diketahui juga bahwa citra sebuah station radio ditentukan pula oleh sajian musiknya. Hal ini adalah konsep musik yang diudarakan dapat disukai pendengar. Dalam membangun sebuah imej bunyi harus konsisten dengan filosofi stasiun penyiaran radio: bagaimana menciptakan program hiburan yang atraktif agar menjadi produk jual disukai oleh pendengar sebanyak-banyaknya. Penyiaran program musik yang setiap harinya pada segmen siaran penyiar memutar rekaman lagu kelompok band atau vokalis yang diseleksi oleh program director atau music director setiap harinya dan materinya disiapkan oleh bagian pustaka musik.

Dari Pengalaman penulis sebagai praktisi penyiaran, di Indonesia tahun 70 hingga 80-an banyak stasiun radio dalam pemutaran lagu masih tergolong konvensional. Misalnya, penyiar pagi yang sudah memutar lagu harus memberikan tanda agar tidak diputar lagi oleh penyiar siang. Begitu pula penyiar siang dari lagu yang disiapkan memberikan tanda lagi agar tidak terputar oleh penyiar sore, begitu seterusnya. Secara aplikasinya pada masa lalu, penyiar memiliki kebebasan untuk memutar

lagu-lagu dari pustaka musik yang dimiliki oleh stasiun radio. Akan tetapi, perkembangannya sekarang dalam memutar lagu-lagu penyiar tinggal mengudarakan berdasarkan order musik yang sudah disusun dan diseleksi oleh Program Director atau Music Director. Lebih jauh lagi di era industri radio sekarang ini penyusunan bisa dilakukan dengan mesin atau alat khusus untuk menata lagu agar enak didengar pengudaraannya oleh pendengar dan penyusunannya bisa berdasarkan beat atau irama lagu. Jika disusun secara manual penataan lagu ini biasanya disusun berdasarkan klasifikasi format musik yang mencakup semua jenis musik yang sesuai dengan profil pendengar yang dituju, mencakup juga lagu-lagu yang populer, bisa juga merupakan lagu-lagu yang sudah familier atau populer di telinga pendengar.

Penyusunan lagu ada beberapa cara baik secara otomatis yang dilakukan oleh mesin khusus (*selector*) atau manual. Jika sebuah lembaga penyiaran radio melakukan dengan cara manual maka perlu memperhatikan pola jenis irama lagu yang ditempatkan menurut waktu atau pada jam-jam siaran setiap harinya. Misalnya, sebuah stasiun radio akan menyiapkan lagu-lagu yang diputar setiap harinya dengan komposisi *progresif beat*. Penyiar bertanggung jawab untuk memutarnya sesuai pola siaran yang diberlakukan oleh stasiun radio. Susunan pemutaran lagu tidak menyimpang dari lagu yang sudah tercantum pada order musik di log siaran dan penyiar hanya tinggal memberikan catatan. Program director atau music direktor harus pula mengklasifikasikan jenis irama lagu yang akan disajikan.

Jenis Irama Lagu (Kode)	Keterangan
L-1	SS (Slow-Slow)/Slow
L-2	MS (Medium-Slow) / Agak Slow
M	MM (Medium-Medium) / Medium
U-1	MF (Medium-Fast) / Agak Cepat
U-2	FF (Fast-Fast) / Cepat

Tabel 6.1. Contoh Pola jenis irama lagu

Dalam menyajikan musik/lagu agar supaya tidak terjadi banyak pengulangan, paling tidak stasiun penyiaran radio harus menyiapkan lagu untuk 30 hari, agar pengulangan tidak terlalu rapat. Diestimasikan harus memiliki koleksi lagu kurang lebih $31 \text{ hari} \times 324 = 10.004$. Lagu-lagu tersebut bisa disusun berdasarkan klasifikasi musik, seperti Pop, Modern Rock, Hardrock, Clasic Rock, Adult Alternative, R&B, Rap, Country,

Electronica, Jazz, Blues, Latin, dll. Dari musik yang sudah dipersiapkan (order musik), maka penyiar/ operator hanya tinggal memutar lagunya. Lagu yang harus dipersiapkan setiap harinya adalah 334 lagu dengan komposisi: U2 (2); U1 (27); M (106); L2 (45); L1 (37); dan Cadangan M (57). Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel contoh ilustrasi pola jenis irama lagu di bawah ini.

Waktu	U2	U1	M	L2	L1	Cadangan (M)	Total
05-06		3	6	2	1	3	
06-07	1	2	5	3	1	3	
07-08		3	6	2	1	3	
08-09		3	5	1	1	3	
09-10		2	6	1	1	3	
10-11		1	7	1	1	3	
11-12		1	7	2	2	3	
12-13			8	2	2	3	
13-14			7	3	2	3	
14-15			6	4	2	3	
15-16			5	4	3	3	
16-17	1	2	6	2	1	3	
17-18		3	5	3	1	3	
18-19			7	3	2	3	
19-20		2	5	3	2	3	
20-21		2	5	3	2	3	
21-22		3	5	2	2	3	
22-23			5	4	3	3	
23-24						3	
Jumlah	2	27	106	45	30	57	324

Tabel 6.2. Contoh ilustrasi Komposisi Pola jenis irama lagu

Beberapa format musik yang perlu diketahui sebagai wacana kepenyiaran musik radio sebagai berikut.

Musik Populer

Kategori yang luas ini bisa meliputi banyak jenis musik lainnya. Pada umumnya musik populer cenderung lebih melodis dan lebih orchestral daripada musik rock. Biola dan jenis alat musik yang menggunakan senar lainnya digunakan. Piano adalah fitur tipikal dari musik populer. Banyak pilihan musik rock yang lebih lembut masuk ke dalam kategori ini. Musik jenis ini sangat berguna dalam pekerjaan-pekerjaan produksi karena sebagian besarnya adalah instrumental.

Contemporary Hits Radio (CHR)

Berkembang pada tahun 1981, versi sekarang dikenal dengan "TOP-40" sebuah usaha yang merefleksikan untuk menarik perhatian dari lagu yang disukai pendengar dengan pilihan rekaman lagu yang berbasis populer berdasarkan program tangga lagu, survey dan laporan penjualan rekaman. Intinya karakteristik TOP 40 ini diantaranya sebagai berikut: pemutaran musik / lagu harus baru, tidak melebihi 6 bulan dengan menggunakan frekuensi pengulangan, hot performer lebih dominan, on-air personalities memancarkan tingkatan *energetic*. Contemporary Hit Radio ini menarik kelompok pendengar usia 12-24 tahun.

Adult Contemporary (AC)

Format ini pada umumnya format lagu-lagu yang populer dan diputarkan kembali dari koleksi lagu-lagu lama seperti lagu-lagu Oldies. Mulai lagu-lagu rock, hingga hot adult contemporary yang soft seperti urban, jazz, pop, dance, dll, dengan progresif beatnya lagu-lagu yang enak didengar. Pemutarannya bisa berdasarkan klasifikasi dan era lagu. AC sasaran kelompok pendengarnya adalah usia antara 25-44 tahun, walaupun memungkinkan juga usia 25-54 tahun mendengarkan format musik ini. Adult Contemporary ini banyak digunakan oleh stasiun radio dan menjadi format favorit dalam spectrum musik. Hubungan antara *Adult Contemporary* dan *Contemporary Hit Radio* adalah format CHR kenyataannya disenangi oleh remaja, tetapi format AC mempunyai tingkat intensitas rendah dengan daftar lagu 3 atau 4 tahun kebelakang atau lebih dari 6 bulan



Urban

Format yang berciri khas Rap, R & B, Reggae, Hip-Hop, Hardrock, Soul dan desain musik khusus lainnya untuk menarik anak muda dan format ini biasanya sangat populer di kota-kota besar.

Rock

Musik rock biasanya menonjol dengan suara drum dan gitar elektriknya. Ini merupakan ritme yang berbeda, yang dipertahankan oleh bass drum dan bass gitar. Jenis musik rock yang lebih mutakhir melibatkan efek-efek elektronik. Pilihan musik rock yang lebih lembut mungkin bagian yang paling sering digunakan dalam produksi penyiaran radio.

Album – Oriented Rock (AOR)

Ciri khas untuk menarik pendengar laki-laki muda. Album Rock banyak variasi tema, yang paling penting bahwa AOR ini cirinya adalah lagu-lagu Rock lama, dengan durasi yang panjang. Lebih populer sekitar tahun 70-an, banyak menarik pendengar kelompok usia 18-34 tahun, dewasa dan laki-laki. Pemutaran musik lebih banyak Rock dan contemporary-nya kurang. Stasiun radio Album Oriented Rock yang memulai konsep banyak rangkaian musik tanpa henti (non stop music). On-air personalities khusus tersendiri “Hip/Modern”.

Country

Format musik country dari kajian penulis, format ini di Amerika Serikat stasiun radio yang berformat country berada di peringkat teratas perolehan jumlah pendengar. Jika di Indonesia boleh jadi format ini bisa disejajarkan dengan “format dangdut”. Lagu-lagu Country, di Indonesia memang jarang diputar namun di negeri asalnya Amerika Serikat banyak didengar untuk menemani perjalanan atau di rumah. Tema lagunya banyak menggunakan lirik-lirik yang menyentuh dan dekat dengan masyarakat yang mengungkap kritik sosial, cinta serta kehidupan lainnya yang umumnya ada di masyarakat. Segmentasi pendengar sarannya umum dari yang muda hingga dewasa. Jumlah pendengarnya pun banyak, sama seperti di Indonesia, hampir semua radio-radio yang memutar lagu dangdut, jumlah pendengar (rating) cukup baik.

Hal yang paling menonjol dari musik country adalah karakteristiknya yang mudah dikenali walaupun banyak musik country yang diorkestrasikan dan sangat berbeda dengan musik populer umumnya. Gitar saja dahulu merupakan ciri khas musik country, namun sekarang hampir setiap kombinasi instrumen dapat dipergunakan.

Jazz

Jenis musik ini dapat keluar dari musik tarian tradisional dengan band besar dan menjadi komposisi musik yang sangat eksperimental. Jazz biasanya menggunakan ritme *sincopatik*. Jazz memiliki banyak kegunaan dalam produksi dan sangat berguna karena banyak jenis musik ini yang bersifat instrumental. Semakin besar sifat instrumental musik jazz semakin kurang berguna walaupun mereka kadang-kadang bisa digunakan untuk efek suara.



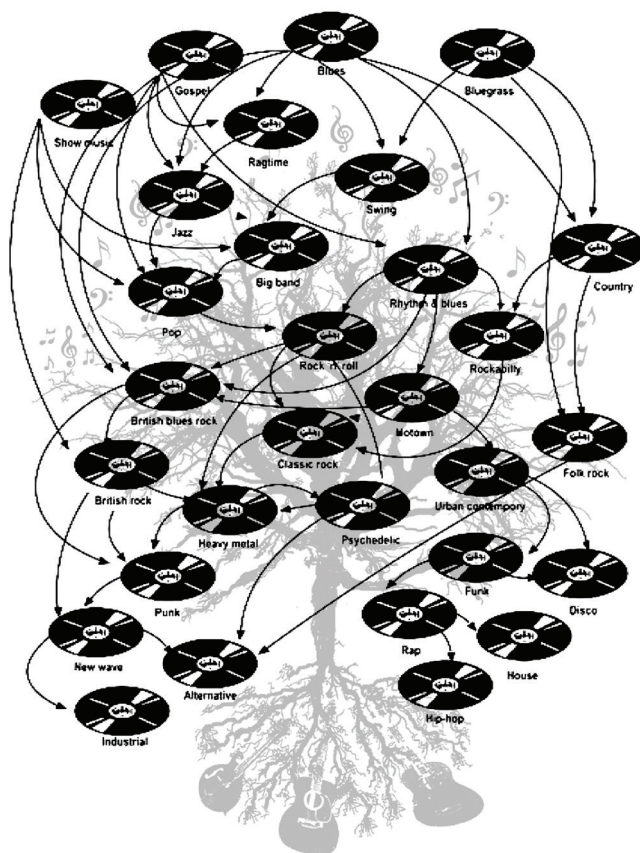
Klasik

Istilah musik klasik sebenarnya merujuk pada satu jenis musik dalam spektrum yang lebih dipahami sebagai “klasik.” Periode klasik dicirikan oleh musik *Mozart*. Periode *Baroque* yang mendahului periode klasik umumnya dihubungkan dengan *Bach* yang menciptakan melodi-melodi yang beragam. Periode musik romantis kemudian mengikuti periode klasik dan dicirikan oleh karya-karya Tchaikovsky dan kemudian karya-karya Beethoven. Karena kurangnya istilah yang tepat, klasik akan terdengar bagus walaupun beberapa orang menganggap musik ini sebagai musik konser. Musik klasik terkadang berguna dalam produksi, umumnya untuk membuat efek khusus.

Oldies

Konsep Oldies ini memang bisa diperdebatkan, secara konsep Oldies adalah lagu-lagu diputar sekarang adalah lagu-lagu yang dirilis 2 atau 3 tahun yang lalu. Kemudian konsep oldies lain yang menggunakan konsep memainkan rotasi dari semua era rekaman musik oldies, misal, 1950's, 1960's, 1970's, 1980's, 1990's, atau 2000's. Disisi yang lain oldies ini sangat segmented, sebuah format yang berpusat pada periode 5 atau 10 tahun.

Format musik lainnya yang sering pula dipergunakan oleh stasiun radio adalah Golden Oldies, Soft Contemporary, Urban Contemporary/Black, New Age Music, Easy Listening and beautiful music, Country, Middle of the road/ Big Band/Nostalgia, Jazz, Classical, Religion, di Indonesia dikembangkan juga format Dangdut (Klasik, Modern, dan Koplo), Campursari, Keroncong, musik India, Etnik Konvensional, dan lain-lain.



Gambar 6.3. Akar Musik dan perubahannya

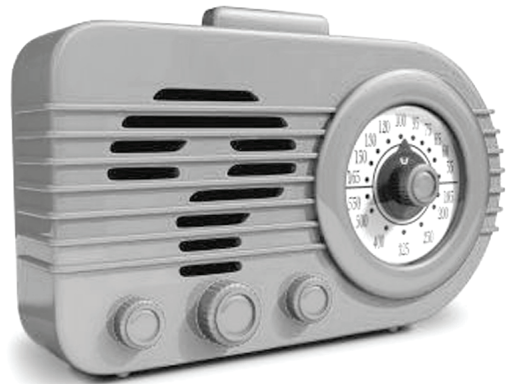
Program Humor

Bentuk siaran lainnya yang sering dibuat yang masuk dalam program hiburan adalah program humor, tidak semua radio di Indonesia menyiarkan siaran humor, walaupun ada hanya sedikit stasiun yang serius menggarap program humor ini. Sebut saja "Suara Kejayaan" di Jakarta yang menghasilkan kelompok humor papan atas seperti "Bagito", "Empat

sekawan”, “Diamor”. Atau “Prambors” dengan “Warkop DKI”, mereka populer berawal dari siaran di radio, walaupun akhirnya mereka sukses juga di layar lebar atau layar kaca. Memang dalam menyajikan siaran humor segala materi yang disampaikan dapat diterima dengan ringan, mudah dicerna dan tidak memaksa di telinga pendengar. Selain itu siaran humor ini tidak mengenal segmen, semua program humor akan diterima di semua kalangan pendengar baik muda maupun dewasa.

Program Kuis

Siaran hiburan lainnya, stasiun penyiaran radio untuk menarik pendengar sebanyak-banyaknya kadang-kadang menggelar program kuis. Bentuk siaran ini memiliki elemen-elemen : penyiar, pendengar, hadiah, dan permainan-permainan di udara. Program ini bisa diselenggarakan interaktif langsung dengan pendengar pada saat pelaksanaan program siaran, atau pendengar mengirimkan jawaban-jawaban pertanyaan quiz melalui kupon, surat, email, atau SMS. Pemenang kuis bisa mendapatkan hadiah-hadiah menarik yang disediakan stasiun radio mulai dari bingkisan hingga hadiah spektakuler seperti rumah, mobil, perjalanan wisata ke luar negeri, dll. Pembawa acara atau penyiar yang membawakan kuis ini harus memiliki keterampilan persuasif yang tinggi untuk melibatkan pendengar sebanyak-banyaknya. Pada umumnya pendengar radio menyukai program kuis karena alasan ingin mendapatkan hadiah.



Program Berbasis Siaran Kata

Aspek siaran kata ini dalam program radio, misalnya: Ulasan (Tajuk), Wawancara, Berita, Diskusi/Talkshow, Feature, Majalah Udara, dan format siaran kata sejenis lainnya.

Materi yang diuraikan ini akan lebih baik menyampaikan satu masalah. Dimulai dengan kalimat yang langsung menyentuh perhatian pendengar. Dalam pola siarannya sering dikatakan program sisipan (insert Program).

Wawancara

Di Radio bentuk siaran wawancara adalah berdasarkan pada pertanyaan-pertanyaan dan jawaban-jawaban dari seorang pewawancara (interviewer) dan yang diwawancarai (interviewee). Siaran ini bisa dalam bentuk rekaman atau langsung. Selain itu pendengar juga bisa dilibatkan menjadi penanya. Pada awal acara wawancara harus memperkenalkan yang diwawancarai. Sebaiknya wawancara tidak terlalu kaku pada urutan-urutan pertanyaan yang sudah dipersiapkan, wawancara harus mengajukan pertanyaan lain yang diperlukan, jika jawaban yang diharapkan belum dinyatakan oleh yang diwawancarai. Pengetahuan yang sangat luas akan sangat membantu wawancara dalam menyusun kalimat dan dapat mengajukan pertanyaan yang berbobot. Sebaiknya hindari pertanyaan tertutup yang hanya memberikan jawaban "ya" atau "tidak". Jangan biarkan yang diwawancarai menjawab dengan bertele-tele, jadi sebaiknya wawancara dapat mengarahkan dan mengendalikan sesuai tujuan siaran yang diharapkan. Wawancara di radio bisa dikemas dalam berbagai cara salah satunya adalah wawancara udara, suara penyiar dengan nara sumber yang diwawancarai bisa didengar oleh pendengar. Sedangkan jenis wawancaranya bisa wawancara informasi, opini, serta biografi. Seorang wawancara harus bisa memisahkan antara fakta dan opini agar pendengar mendapatkan informasi yang jelas tentang persoalan yang dibahas.

Berita

Berita yang menarik adalah berita yang dapat menarik perhatian pendengar. Untuk itu sebaiknya sajikan berita yang dapat mendukung dan membangkitkan minat pendengar untuk ikut mensukseskan acara tersebut. Banyak definisi berita yang dibuat oleh pakar-pakar jurnalistik, secara

umum definisi berita adalah sesuatu yang hangat, tepat waktu dan menarik perhatian sejumlah orang dalam hal ini adalah pendengar radio. Berita yang baik harus disajikan sesuai kaidah 5 W dan 1 H. (**Who**-Siapa, **What**-Apa, **When**-Kapan, **Where**-dimana, **Why**-Kenapa, dan **How**-bagaimana).

Supaya mencapai tujuan siaran di radio maka sebaiknya berita itu disusun sederhana dan singkat, kalimatnya dibuat pendek-pendek, bahasanya sederhana, dan tidak menyampaikan angka-angka yang akan memusingkan pendengar, jadi harus menggunakan angka yang bulat agar mudah diingat.

Hal lain yang perlu diketahui bahwa nilai berita di radio adalah aturan profesional yang digunakan untuk menyeleksi, membuat dan menyajikan "materi siaran kata atau informasi. Bagi sebuah stasiun penyiaran radio "News Values" adalah bukan atribut jurnalis individual, tetapi lebih menggunakan sebuah standar penyiaran radio yang bersangkutan atau yang disebut "House Style" yang memungkinkan setiap radio memiliki kebijakan atau kode etik selain kode etik yang berlaku baik secara nasional maupun internasional.

Bagi banyak radio siaran boleh jadi memunculkan "news values" ini adalah "need" dari hasil produktifitas siarannya. Untuk menghasilkan kiprah "news values" penyiaran radio perlu menyiapkan dan meningkatkan potensi sumber daya manusia supaya tidak terjebak dalam kancah jurnalisme radio yang salah. Disadari atau tidak disadari arahnya ke depan akan diperlukan para praktisi penyiaran yang handal kehandalannya dengan meningkatkan bakat, minat dan integritas, kemampuan dan kemauan serta menciptakan budaya kerja profesional.

Di dalam "news values" kebenaran referensi bisa dikaji lagi untuk menduga "Newsworthy events", dan menduga "Need/demands of the consumers of news". Yang terpenting sebagai kata kuncinya bahwa "news values" adalah menganalisa kalimat, klausa, frase hal-hal penting sebagai respon untuk pendengar atau isi jurnalis dari sumber agar mencapai "good nose" a good feeling untuk "a good story". Banyak usaha untuk membuat "news values" lebih spesifik, tetapi memang hal ini gampang-gampang susah untuk disusun kedalam daftar nilai karena hal ini bisa terjadi perbedaan pendekatan pengetahuan atau perbedaan "stand point", penggunaan "Assumption" dan "terminology". Berikut hal-hal yang bisa dijadikan acuan untuk Anda.

1. Prioritaskan "*news values*" tentang kejadian yang baru-baru ini terjadi, tiba-tiba terjadi, tidak ambisi, perkiraan, relevan, dan tertutup.
2. Beberapa kejadian sering terjadi setiap saat tanpa menjadi berita yang bermanfaat, prioritaskan untuk dibuatkan cerita yang baik, bisa tentang ekonomi, politik, industri, olah raga, konflik luar negeri, dan hal-hal menarik diseperti masyarakat.
3. Di dalam cerita, prioritaskan dengan memberikan sentuhan personality, konflik, dan "*bad news*".
4. "*News stories*"; harus dikemas menarik perhatian pendengar dan "*commensensical*"; "*Entertaining*"; "*Dramatic*" atau bisa juga "*Glamorous*".

Diskusi/Talkshow

Diskusi bisa dilakukan dengan berbagai cara. Misalnya, dengan Panel, yang mana setiap orang dapat bicara setiap saat. Simposium yaitu memberikan kesempatan kepada setiap orang untuk melakukan presentasi terlebih dahulu termasuk didalamnya melakukan tanya jawab antara yang menyajikan dan khalayak; serta bentuk lainnya adalah Forum yaitu presentasi resmi dari beberapa pandangan.

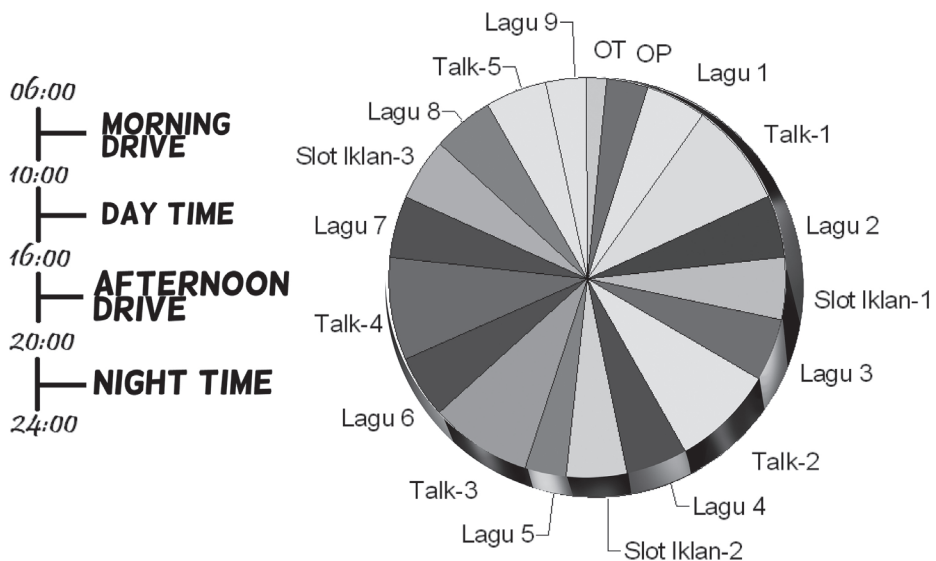
Pada umumnya disajikan dalam bentuk pembicaraan seseorang, wawancara dengan dua orang atau lebih, dan diskusi dengan tiga orang atau lebih. Isi pembicaraan terfokus pada hal-hal yang dipercayai atau pendapat nara sumber sebagaimana seorang politikus mengeluarkan pernyataan atau seperti seorang guru ketika mengajar. Wawancara dilakukan seperti juga mempelajari pengetahuan, sikap, atau pendapat pribadi yang diwawancarai atau nara sumber. Diskusi dilakukan dengan mengembangkan obyek dari berbagai pandangan.

Sedangkan dokumentasi merupakan teknik mengumpulkan data untuk digunakan sebagai acuan dari sisi yang lain sebagai pembanding dengan obyek khusus yang dikatakan dari berbagai sumber tersebut. Penulis naskah atau editor biasanya mengumpulkan materi-materi non-fiksi atau materi-materi aktual untuk ditempatkan pada pola klasik, bisa ditempatkan di awal, tengah atau akhir. Seseorang atau kelompok yang memiliki masalah, ia akan mencari solusi, ia akan memecahkan masalah tersebut, dan ia akan mencari dampak ke depannya seperti apa. Karangan yang khas atau news-in-depth ini merupakan tipe program yang tetap populer dan masih merupakan bentuk siaran radio yang diminati pendengar dalam kajiannya menginformasikan sesuatu yang krisis untuk diinformasikan kepada pendengarnya. Jadi, "*Features*" di radio adalah berupa

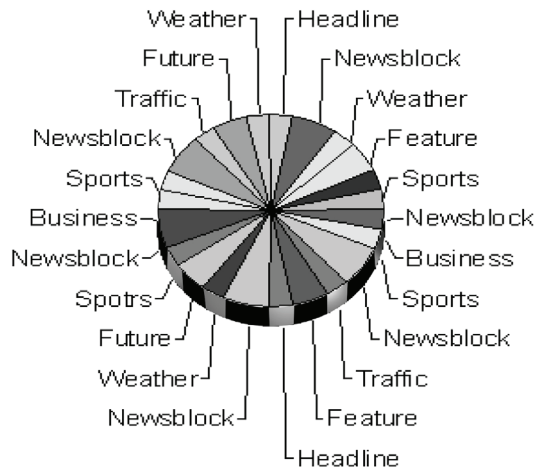
karangan khas yang kreatif dan faktual, cenderung menyentuh human interest, ringan, menggugah emosi dan imajinasi, tidak harus obyektif, menambah informasi atau memperkaya visi atas suatu peristiwa, masalah termasuk hal-hal yang merupakan baik prolog maupun epilognya. Di radio features bisa berdiri sendiri menjadi sebuah acara, tetapi dapat juga menjadi bagian dari acara lain, misalnya majalah udara, acara wanita, acara remaja, dll. Features mempunyai tujuan agar mampu memberi informasi, mendidik, menimbulkan keharuan, menghibur dan memberi inspirasi.

Format Wheel / Hot Clock

Dalam penataan acara, kita akan mengolah elemen pendukung acara seperti musik, kata-kata, identitas stasiun, iklan, gaya siaran, dan penjadwalan acara sesuai dengan segmen-segmen waktu yang direncanakan. Oleh karena itu setiap jamnya kita harus mengatur elemen-elemen acara yang sudah direncanakan tertata dengan baik. Mengolah elemen acara bisa dilakukan dengan kemasan " Hot Clock " atau " Format Wheel " yang nantinya menjadi " roh " penyiaran dengan kemasan produksi yang khas dan berbeda dari sebuah stasiun penyiaran radio.



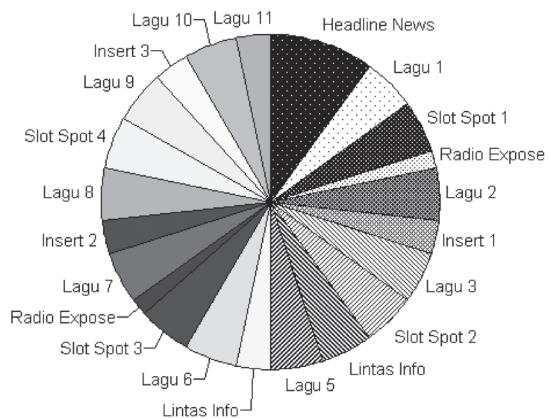
Gambar 6.4. Ilustrasi jadwal dan hot clock 60 menit



Gambar 6.5. Ilustrasi hot clock format news durasi 60 menit

Format lainnya yang bisa kita pertimbangkan dalam menyusun penataan acara, misalnya: insert format berita, debat, wawancara, baca sms, phone in, komentar, sport, kuiz, tanya jawab atau interaksi dan voxpops.

ISI	DURASI	MENIT KE
Headline	6	0
Lagu 1	3	6
Slot Spot 1	3	9
Radio Expose 1	1	12
Lagu2	3	13
Insert 1	2	16
Lagu 3	3	18
Slot Spot 2	3	21
Lagu4 3	2	4
Lagu5 3	2	7
Lintas Info	2	30
Lagu 6	3	32
Slot Spot 3	3	35
Radio EXpose 2	1	38
Lagu 7	3	39
Insert 2	2	42
Lagu 8	3	44
Slot Spot 4	3	47
Lagu 9	3	50
Insert 3	2	53
Lagu 10	3	55
Lagu 11	2	58
Total	60	



Gambar 6.6. Ilustrasi format olahan Penulis

Format *Clock programming* ini merupakan turunan skenario acara, dan penempatan setiap elemen harus mempertimbangkan estetika bunyi dan komposisi yang berimbang. Istilah format dapat diartikan sebagai karakteristik, identitas atau ciri. Format penting bagi penyiaran radio agar mampu menarik perhatian pendengar. Pemahamannya itu sendiri format bisa dilakukan dengan pendekatan format radio (citra secara keseluruhan) dan pendekatan format acara (karakter khas acara : pendekatan jurnalisme radio, pendekatan pola komunikasi, pendekatan kultural,, pendekatan religiusitas, dan pendekatan gaya hidup/ life style.). Format radio pada akhirnya akan menciptakan citra “positioning radio dan merupakan strategi dasar untuk mencapai target pendengar yang telah dirancang sebelumnya, serta memiliki kaitan erat dengan strategi segmentasi. Pendekatan format dapat dilakukan dengan menggunakan banyak cara maupun pendekatan. Dari waktu ke waktu memungkinkan munculnya pilihan-pilihan format baru. Penetapan format harus mempertimbangkan konsekuensi pada ketersediaan materi siara, sumber daya manusia, potensi pendengar secara kuantitas maupun kualitas, sarana dan prasarana yang dimiliki radio, juga potensi prospek iklan sebagai target bisnis yang ditetapkan oleh lembaga penyiaran radio.

Program Director di Penyiaran Radio

John Lund dalam bukunya *“The Radio Book – Programming & Promotion”* mengatakan, *“As PD, you must be obsessed with ratings, sales and profitability. The best ratings are those that can be sold to the market place. Train and reward your air talents : First-rate managers hire first-rate people ; second-rate managers hire third-rate people. When you’re no 1, be your toughest critic. Anticipate market reaction before it happens.* (Sebagai PD, Anda harus terobsesi dengan rating, penjualan, dan kemampuan untuk mendapatkan keuntungan. Mendidik dan menghargai para praktisi penyiaran: manajer nomor satu akan memperkerjakan orang-orang nomor satu, manajer nomor dua akan memperkerjakan orang-orang nomor tiga. Ketika Anda adalah nomor satu jadilah yang paling tahan terhadap kritik dan mengantisipasi reaksi pasar sebelum hal-hal yang tidak diinginkan terjadi).

Tiga belas kerangka dasar untuk optimalisasi kerja seorang pengarah program di antaranya adalah: *Monitoring (memonitor)*, mendengarkan stasiun penyiaran radio setiap saat, setiap hari, dalam kondisi apapun tetap memantau. *Act (bertindak)*, koreksilah kesalahan penyiaran sesegera mungkin, harus peduli dengan kesalahan-kesalahan yang dilakukan oleh tim kerja program. *Create (mencipta)*, setiap hari muncul dengan ide-ide baru untuk membuat penyegaran, misalnya mendesain promosi baru,

mendiskusikan kampanye layanan masyarakat yang *gress*, penjual program, merancang ide dasar iklan hingga implementasi dan mempelajari musik-musik yang telah diudarakan. *Involve yourself with your people (libatkan diri anda dengan semua karyawan Anda)*, sering berdialog dengan tim kerja, bisa dimulai melalui berbicara tentang pribadi, tetapi jangan bicara yang tidak serius. *Get input (cari masukan)*, memberikan masukan-masukan yang membangun datang dari mana saja, doronglah agar tim kerja mempelajari kritikan-kritikan yang dilontarkan karena respeknya. *Be aware of the competition (selalu siapkan diri Anda dalam hubungan dengan persaingan atau kompetisi)*, jika tidak terlalu memahami peta persaingan penyiaran radio, langkah yang bisa dilakukan adalah mencari orang-orang yang mengerti, untuk membantu mendiskusikan memecahkan masalah, atau hal-hal yang berkaitan di bidang penyiaran radio.

Involve yourself in the community (Libatkan diri dalam komunitas), jangan melepaskan diri dari masyarakat, dalam hal ini adalah pendengar, oleh karena itu jangan mengurung diri, perlu bergaul dan perlu masukan dari orang lain, yang selanjutnya diolah kembali, hindari menjadi pengarah program yang kuper, pesimis, idealis, dan egoistis. *Be positive (Selalu bersikap positif)*, sikap negatif akan merusak moral, oleh karena itu harus tetap menjaga moral dengan sikap positif, untuk menolong kearah kesuksesan. *Share (Selalu mau berbagi)*, jangan merasa superior, curah pendapat akan sangat membantu untuk membicarakan gagasan-gagasan serta rencana stasiun penyiaran radio. *Review your goal (Telaah ulang tujuan-tujuan Anda)*, setiap hari perlu mengecek apa yang sudah dilakukan oleh tim kerja, agar dapat mengukur kontribusi pencapaian tujuan yang telah direncanakan. *Set an example (berikan contoh)*.

Untuk memudahkan operasional peranan program director adalah memberi contoh kepada tim kerja untuk mengurangi kesalahan, baik produksi penyiaran maupun aturan kerja yang sudah dibakukan oleh perusahaan, dalam hal ini adalah menerapkan konsep-konsep seorang pemimpin, pemikir dan praktisi. *Be Conscious (selalu sadar akan biaya yang anda keluarkan/hemat)*, motivasi tim kerja untuk melakukan kinerja yang profesional dan merata, dengan menyadari tujuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dengan tidak membuang-buang waktu dan material dalam bekerja. *Do something (Lakukan sesuatu)*, setiap hari, biarkan tim kerja mengetahui kerja program director, ketertarikan dan keseriusan serta kepedulian terhadap stasiun penyiaran radio.

Peran Music Director

Tanggung jawab utama seorang music director adalah menjamin pemutaran lagu yang baik dari segi kuantitas maupun kualitas, sesuai dengan format radio yang telah ditetapkan. Melakukan analisa dan menyediakan informasi yang mutakhir mengenai perkembangan dunia musik, selera musik pendengar dan media pesaing sehingga dapat menyediakan musik yang senantiasa sesuai kebutuhan pendengar. Bertindak sebagai konsultan dalam setiap aktifitas radio yang berhubungan dengan musik. Membantu mengupayakan peningkatan pengetahuan pemahaman tim programming radio terhadap format musik yang telah ditetapkan dan perkembangan pada umumnya.

Seperti yang kita ketahui bahwa pendengar merespon stasiun radio akan berbeda-beda, karena hal ini munculnya bermacam-macam format musik, secara umum musik mempunyai daya tarik tersendiri. Pada kenyataannya semua orang dari yang muda sampai umur 50 tahunan pada awalnya tertarik mendengarkan radio hanya untuk mendengarkan musik. Kekuatan lain sebagai alat pelengkap tentang musik beserta penyanyinya adalah bisa dinikmati seumur hidup atau mempunyai kesan abadi yang disukai orang. Pernyataan ini disebut kekuatan perasaan nostalgia sebagai kunci target kelompok umur yang spesifik melalui musik. Music director perlu memahami pula "*contemporary music station*". Format berubah-ubah yang tujuannya untuk menjadi lebih atraktif terhadap segmentasi target pendengar.

Produksi Acara

Keterampilan memproduksi program adalah hal yang mendasar di lembaga penyiaran radio. Tanpa keahlian ini, suara yang unik di penyiaran radio tidak dapat dibuat. Tetapi keterampilan saja tidak cukup, produksi program yang baik adalah nilai tambah bagi radio programming lembaga penyiaran radio. Oleh karena itu, seorang produser atau seseorang yang menjalankan kreasi efek suara atau elemen siaran yang dikemas dalam program, hasilnya akan didengar oleh pendengar. Produksi program ini harus sesuai dengan radio positioning untuk memperkuat citra lembaga penyiaran radio. Perkembangan yang menarik pada masa sekarang ini iklim persaingan media radio semakin ketat yang mana semua kreatifitas radio berusaha untuk menarik perhatian pendengar atau khalayak. Oleh karena itu, lembaga penyiaran radio harus kerja keras, lebih dari sekedar membuat lebih menonjol dari yang lain. Produksi program memainkan peran dan menjadi kunci dalam sebuah proses penyiaran radio.

Yang dihasilkan untuk didengar kepada pendengar bentuknya bisa macam-macam, misalnya "program berbasis musik, berbasis talk atau berbasis khusus untuk pendengar tertentu" yang menunjukkan identitas lembaga penyiaran radio. Tetapi yang menjadi kunci dalam membentuk pendengar adalah radio programming dalam air time lembaga penyiaran radio.



Gambar 6.7. Radio Producer - Sumber : Olahan Penulis

Tim Programming dapat memainkan perannya untuk memproduksi program melalui kreatifitas imajinatif dengan menggunakan kreasi bunyi identitas yang jelas terhadap persepsi pendengar. Dalam produksi program secara otomatis dapat mencari metode tersendiri untuk mengkombinasikan

bermacam-macam sumber bunyi atau elemen siaran menjadi sebuah produk yang spesifik. Para praktisi radio di sebuah lembaga penyiaran radio dapat melakukan fungsi ini. Pemimpin penjualan yang mencatat dan mengumpulkan yang bertujuan komersial, ia bisa menjadi produser, seseorang yang menyusun penyiaran berita juga bisa menjadi produser, seseorang yang mengoperasikan peralatan siaran bisa juga menjadi produser.

Pada stasiun penyiaran radio yang besar, dengan jumlah produksi program yang banyak seseorang yang bertanggung jawab adalah seorang produser berfungsi khusus menangani beberapa item komersial, *public service announcement*, atau *talkshow*. Beberapa stasiun besar dan jaringan memiliki produser khusus yaitu seseorang yang mengorganisasikan produksi program, atau beberapa kegiatan khusus. Kenyataannya, pertanggungjawaban seorang produser tergantung kebijakan lembaga penyiaran radio yang bersangkutan.

Lembaga penyiaran radio secara keseluruhan beroperasi sangat luas dan kompleks baik stasiun penyiaran radio yang sederhana hingga yang canggih, peran penting produser dan bagian lain adalah sama. Biasanya produser dititikberatkan untuk mengkreasikan dan mengesekusi komersial penyiaran radio seperti produk/program yang dijual kepada pengiklan. Secara fungsi menyeluruh seorang produser lebih dari sekedar membuat kreasi produk radio.



Gambar 6.8. Tanggung jawab radio producer

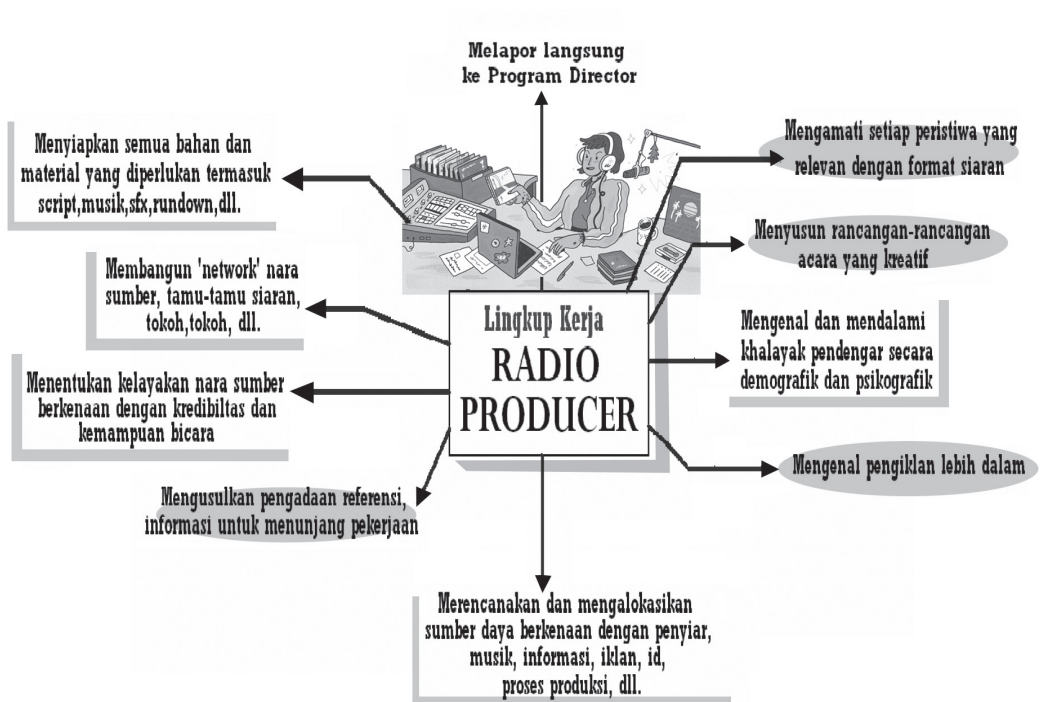
Untuk menjadi mahir keterampilan ini, para praktisi radio harus mencoba membuka diri memahami atau bila perlu menjalankan bermacam-macam kesempatan yang ada dalam kehidupan. Misalnya, milikilah pengalaman disemua aspek kehidupan dan pelajari serta kembangkan dalam implementasi pekerjaannya sebagai seorang producer. Untuk pencapaian kemahiran ini memang akan diperlukan investasi waktu yang cukup sebagai proses belajar. Pahami dasar-dasarnya sebagai langkah awal. Untuk menjadi benar-benar mahir dalam produksi program penyiaran radio syaratnya adalah komitmen profesional, dan memiliki petualangan positif.

Produksi acara rekaman adalah suatu istilah yang biasa digunakan untuk kerja produksi penyiaran radio untuk siaran tunda (delay) atau tidak langsung. Pada Pelaksanaannya, rekaman dilakukan dengan persiapan tertentu untuk digunakan waktu yang telah ditentukan. Perbedaan mendasar antara produksi rekaman dan langsung, atau produksi on-air adalah bahwa produksi on-air adalah kerja satu kali, hanya ada satu kali kesempatan untuk memperbaiki. Sedangkan kerja studio rekaman, produser mempunyai kebebasan untuk merekam beberapa kali unsur produksi yang sama, untuk mencoba mixing yang berbeda, dan untuk menghentikan suatu proyek dan memulainya lagi dari awal jika ada hal yang tidak benar.

Karena kemanfaatan rekaman ini maka produksi-produksi yang jauh lebih kompleks dilakukan dalam pekerjaan rekaman. Sementara melakukan mixing narasi, berbagai macam efek suara, dan musik hampir tidak mungkin dilakukan sekaligus, ini akan menjadi hal yang lebih mudah jika dilakukan dalam studio rekaman karena pekerjaan ini dapat dilakukan satu per satu, dengan berbagai unsur yang dibagi dalam langkah-langkah kerja yang logis.

Seorang produser acara sering mengambil sebuah keputusan apakah suatu produksi akan dilakukan langsung atau direkam. Proses perekaman akan dikerjakan sebelum jadwal acara disiarkan. Dalam proses perekaman ini produser akan menyiapkan seluruh komponen siaran yang akan diproduksinya. Tetapi sekarang ini banyak permintaan biro iklan atau produsen yang menginginkan penyiaran iklan komersialnya dibacakan langsung oleh penyiar atau adlib dari suatu kertas catatan secara khusus dalam segmen waktu tertentu atau didalam segmen program unggulan stasiun penyiaran radio.

Sedangkan produksi talkshow (acara khusus) yang diudarkan dan mendatangkan bintang tamu biasanya akan direkam sebelum acara diudarkan.



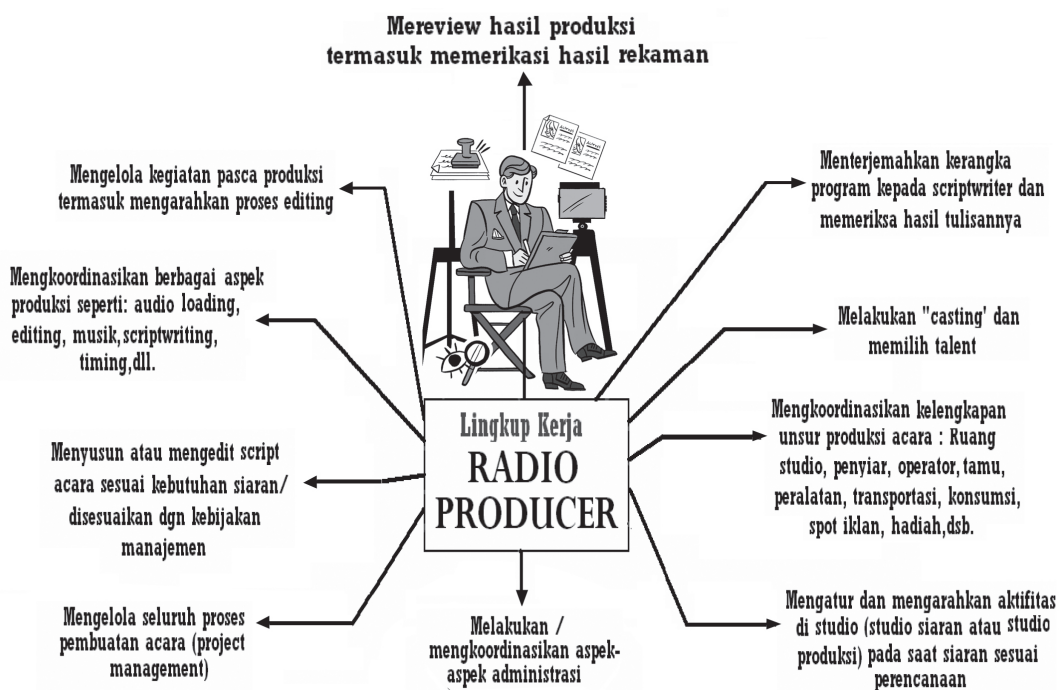
Gambar 6.9. *Lingkup kerja radio producer*

Acara itu direkam karena beberapa faktor diantaranya adalah bintang tamu tidak bisa hadir langsung atau jadwal acara ditempatkan pada jam-jam yang tidak memungkinkan bintang tamu hadir. Sedangkan, pembacaan berita-berita aktual yang bersifat penting jika direkam sebaiknya sedekat mungkin dengan waktu siaran karena seringkali menjadi basi ketika berita berubah karena waktu.

Suatu produksi program terkadang menuntut suara seorang penyiar tertentu, apakah lebih baik untuk merekam penyiar tersebut atau memintanya datang setiap waktu siaran dilakukan? Pemikiran yang sama juga berlaku pada kebutuhan terhadap pengulangan suatu produksi. Walaupun penggunaan musik dan narasi untuk pembukaan acara bisa dilakukan live, tetapi jika program acaranya adalah acara sekali tayang, merekam pembukaan akan jauh lebih baik jika harus diulangi setiap hari atau setiap minggu.

Dengan demikian, melakukan pra-produksi suatu acara akan mengurangi resiko terjadi kesalahan ketika diudarakan. Seorang produser acara sering mengambil sebuah keputusan apakah suatu produksi akan dilakukan langsung atau direkam. Suatu produksi program terkadang menuntut suara seorang penyiar tertentu, apakah lebih baik untuk merekam penyiar tersebut atau memintanya datang setiap waktu siaran dilakukan? Pemikiran yang sama juga berlaku pada kebutuhan terhadap pengulangan suatu produksi

Walaupun penggunaan musik dan narasi untuk pembukaan acara bisa dilakukan live, jika program acaranya adalah acara sekali tayang, merekam pembukaan akan jauh lebih baik jika harus diulangi setiap hari atau setiap minggu. Dengan demikian, melakukan pra-produksi suatu acara akan mengurangi resiko terjadi kesalahan ketika diudarakan.



Gambar 6.10. Lingkup kerja radio producer

Merencanakan acara musik

Dalam perannya sebagai seorang produser acara musik biasanya bertanggung jawab dalam memilih musik yang akan dia dengarkan. Jika bekerja untuk stasiun yang menawarkan jenis musik yang sama – country atau Barat, hard rock atau musik soul- tugasnya mungkin hanya memilih musik jenis tertentu yang sedang mengalami kepopuleran pada saat itu.

Dalam kasus semacam ini, proses pemilihan harus melibatkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Faktor pertama dalam merencanakan acara musik adalah mengetahui berapa banyak lagu yang bisa dimainkan tanpa melanggar aturan hak cipta. Pilihan musik, seperti juga karya-karya tulis, mempunyai aturan hak cipta. Karya-karya jenis apa pun yang mempunyai hak cipta dilindungi dari penggunaan tanpa ijin untuk periode 28 tahun setelah dikeluarkan pertama kalinya dan dapat diperbaharui untuk tambahan waktu 28 tahun setelah masa berlakunya selesai. Jika tidak diperbaharui pada kadaluarsa periode pertama, atau setelah 56 tahun, karya tersebut dianggap menjadi milik umum dan dapat dimainkan oleh siapa pun dan kapan pun. Satu hal yang harus diingat adalah bahwa pengaturan milik publik bisa dilindungi oleh hak cipta. Oleh karena itu, suatu stasiun penyiaran radio harus yakin bahwa musik yang disiarkan adalah versi milik publik asli atau boleh digunakan menurut perjanjian lisensi dengan perwakilan pemegang hak cipta dalam hal ini adalah label sebagai produser musik lagu tersebut.

Langkah selanjutnya adalah menentukan ide acara dan membuat format. Di sinilah imajinasi, jiwa menghibur, dan pengetahuan tentang selera pendengar masuk kedalam penyiaran radio. Waktu dan hari siaran tertentu, ketersediaan musik, pengaturan iklan, keseimbangan dalam jadwal, dan kompetisi semuanya dipertimbangkan. Berikut ini beberapa hal yang menjadi perhatian dalam merencanakan acara musik.

- 1). Apakah pendengar harus memperhatikan penyiar dan komentarnya, ide programnya seperti apa? Untuk siapa program acara hiburan itu ?, Unsur-unsur apa yang akan menarik perhatian pendengar?, Pengaruh suatu ide acara yang imajinatif dan cerdas atau pencarian ide yang familiar dan sesuai juga harus diketahui;
- 2). Apakah program tersebut harus berlangsung secara kontinyu, berdasarkan waktu tertentu?;

- 3). Apakah program acara memiliki keragaman? karena variasi yang terlalu ekstrim tidaklah perlu, namun perlu adanya perubahan dalam kondisi emosi dan gaya pengaturan, instrumentasi, vokal tunggal, vokal grup, ritme, dan tempo;
- 4). Apakah program musik perlu corak nada tertentu?;
- 5). Apa yang terjadi dengan acara musik ini pada minggu kedua puluh-tujuh jika disiarkan setiap seminggu sekali? Banyak acara yang bagus dikembangkan untuk disiarkan pada siklus 13 minggu pertama dan bahkan mampu melewati 13 minggu berikutnya. Ujian sebenarnya terhadap program acara adalah apa yang terjadi dalam dua puluh tujuh minggu. Yang terpenting adalah Format harus bersifat elastis dan tidak terlalu membatasi pada pelaksanaannya.

BAB 7

RADIO DAN TEKNOLOGI

Teknologi radio terus berkembang sejak pertama kali ditemukan pada tahun 1880-an oleh fisikawan asal Jerman Heinrich Hertz yang berhasil membuktikan keberadaan radiasi elektromagnetik yang kelak menjadi media transmisi sinyal radio. Bahkan kini untuk menggunakan radio, Anda tidak harus bergantung pada teknik modulasi gelombang analog (melalui frekuensi dan amplitudo), tetapi juga secara digital melalui internet.

Setelah bersiaran dengan frekuensi SW, AM, dan FM, radio di Indonesia pun pernah dan terus mengimplementasikan sejumlah teknologi terapan untuk radio.

Tahun 1994, radio-radio di Indonesia melalui PRSSNI mengkaji dan melakukan uji coba siaran radio satelit yang mentransmisikan gelombang audio menggunakan sinyal digital. Sinyal ini ditransmisikan ke daerah jangkauan yang jauh lebih luas karena menggunakan satelit. Hanya saja siaran radio dapat diterima oleh perangkat khusus yang bisa menerjemahkan sinyal terenkripsi. Siaran radio satelit juga hanya bisa

diterima di tempat terbuka yang memungkinkan antena pada pesawat radio memiliki garis pandang dengan satelit pemancar. Radio satelit pun hanya bisa bekerja yang tidak memiliki penghalang besar seperti terowongan atau gedung.

Uji coba dan implementasi siaran radio satelit ini dilakukan menyusul beroperasinya World Space, Perusahaan penyedia satelit radio dunia, di Indonesia. Sampai tahun 2002, Worldspace telah bekerja sama dengan RRI, Radio Trijaya, Borneo Wave Channel (Masima Group), goindo.com dan Kompas Cyber Media sebagai pengisi konten layanan radio satelit dengan menggunakan satelit Asia Star.

Tahun 1995, radio swasta mengembangkan sistem produksi siaran digital dengan komputerisasi sistem produksinya. Tahun 1997, radio swasta mulai beroperasi di internet sebagai penopang siaran teresterial. Tahun 2000, Radio swasta mulai beroperasi dengan sistem RDS (Radio Data System) memancarkan suara dan teks serta "wallpapering music". Tahun 2009, tepatnya 15 April 2009, radio digital dengan format DAB family ditetapkan sebagai standar radio digital di Indonesia.

Kini, tak hanya radio digital (terresterial) yang sudah disiarkan radio di Indonesia lewat RRI, kehadiran dan pertumbuhan cepat internet mempercepat radio siaran yang tadinya hanya menjadikan internet sebagai sistem pelengkap, kali ini menjadi pendukung utama yang melahirkan radio streaming.

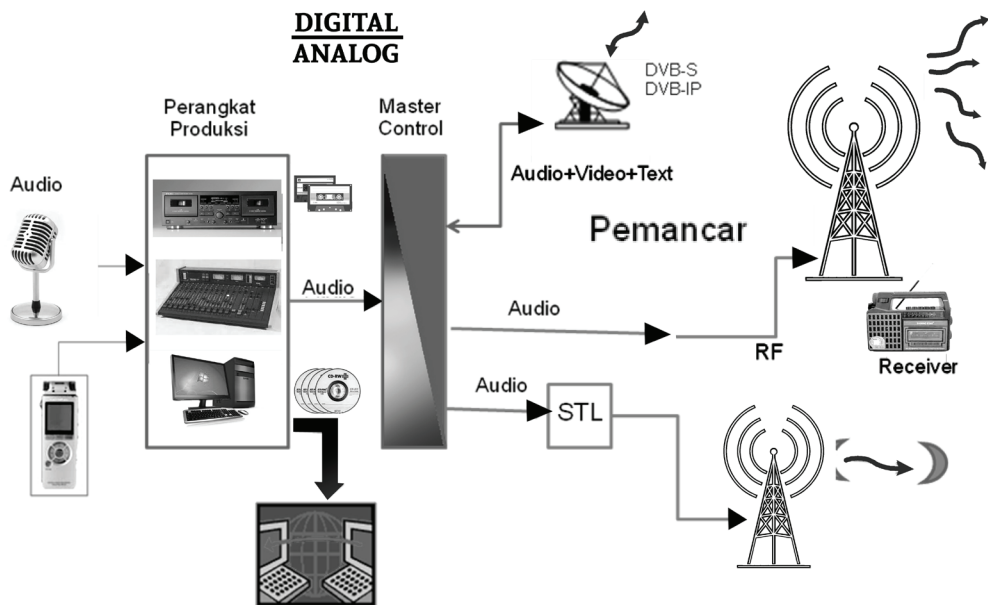
7.1 Radio Digital

Radio baik AM maupun FM sebelumnya hanya dapat menyiarkan layanan suara (*audio*), tetapi, saat ini radio dapat memberikan layanan lain berupa gambar dan data secara simultan. Layanan tersebut bisa berupa informasi berita, kepadatan dan kecelakaan lalu lintas disertai gambar, informasi pemutaran film, informasi kegiatan, laporan cuaca, layanan *games*, dan lain sebagainya. Hal ini memungkinkan radio benar-benar menjadi sebuah "perangkat pribadi" dengan segala fasilitas *infotainment* di dalamnya. Selain dapat memperoleh layanan audio dengan kualitas

yang jauh lebih tinggi, juga dapat memperoleh tambahan berbagai pilihan dan pengaturan layanan secara individual dan mandiri. Hal tersebut dimungkinkan dengan teknologi radio digital.

Radio digital merupakan teknologi radio yang mengirimkan informasi menggunakan sinyal digital. Radio digital memiliki beragam kelebihan seperti suara yang lebih jernih dibandingkan radio analog, kualitas sinyal lebih bagus, dan memiliki berbagai fitur menarik seperti dapat dihentikan sejenak (pause), putar ulang (rewind), atau disimpan sementara apabila ingin mendengarkannya nanti.

SISTEM PERANGKAT PENYIARAN RADIO

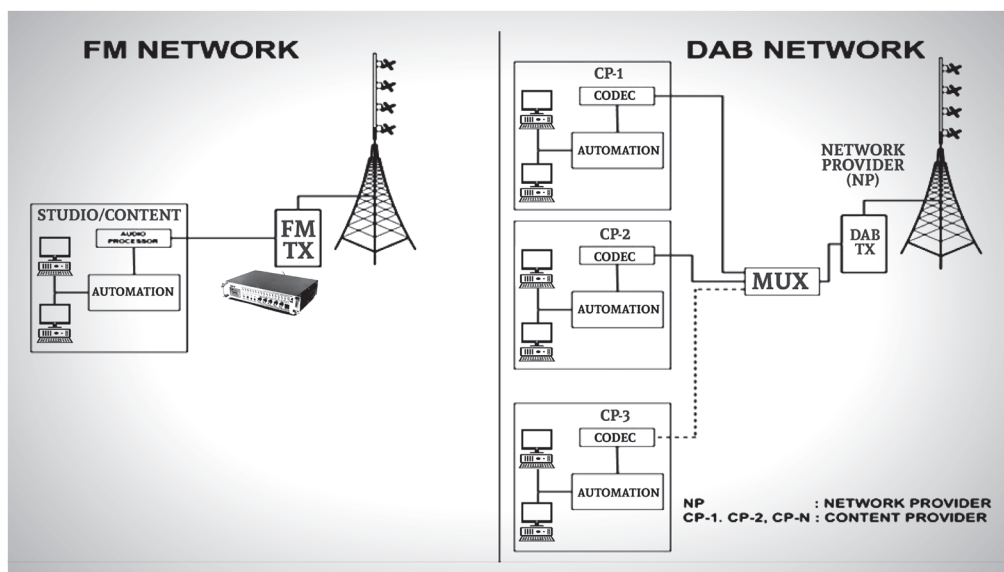


Gambar 7.1. Skema sistem perangkat penyiaran radio

Tujuan digitalisasi radio lebih jauh adalah untuk memperoleh efisiensi *Spectrum Frequency*, *Network Transmission*, *Transmission Power*, dan *Consumption Power*. Serta untuk memperoleh peningkatan kualitas dan stabilitas sinyal sehingga bebas interferensi, derau, dan *fading*, resolusi

audio menjadi lebih tajam, suara menjadi lebih stabil, dimungkinkan recovery terhadap gangguan transmisi (*error correction*) serta peningkatan kompatibilitas berupa sinyal Interoperability dan pengembangan *ubiquitous device* sebagai pesawat penerimanya di samping diperolehnya peningkatan skalabilitas dari mono, stereo menjadi audio berkualitas tinggi ala AES-EBU (Audio Engineering Society- European Broadcasting Union) dan bahkan menjadi HD (*high definition*) Radio.

SIARAN RADIO FM DAN DIGITAL (DAB)



Gambar 7.2. Skema siaran radio FM dan DAB

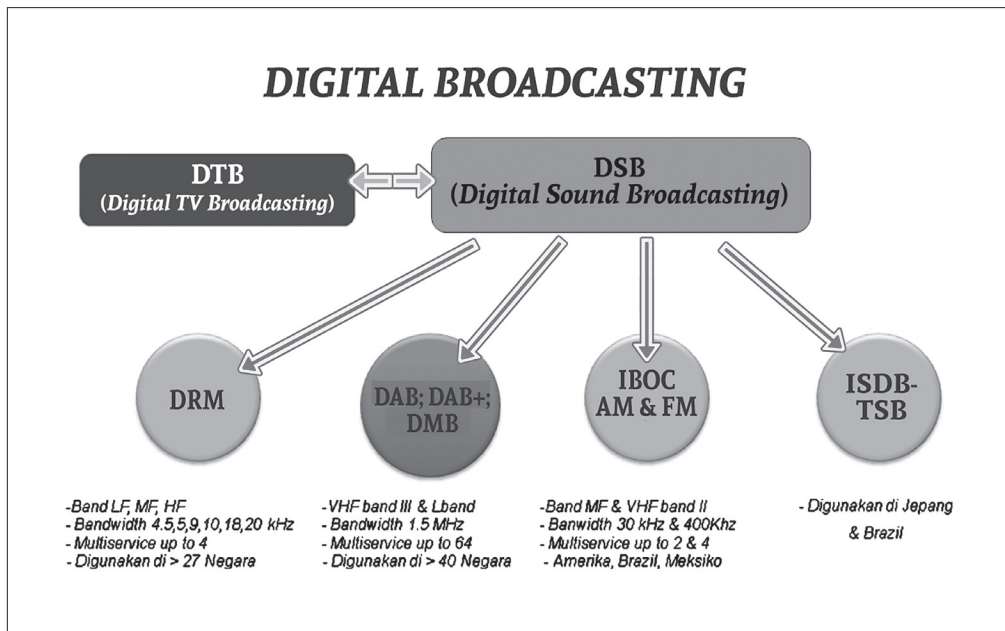
Walaupun tidak seperti industri TV yang menetapkan migrasi ke digital merupakan suatu urgensi dan bahkan suatu kewajiban, di industri radio, migrasi ke digital ini merupakan satu pilihan karena diyakini paling tidak sampai saat ini teknologi FM merupakan teknologi yang sangat *mature* dan relatif sempurna dilihat dari kualitas sinyal audio yang dipancarkan dan harga perangkat penerimanya yang sangat murah.

Di Indonesia, urgensi pengembangan radio digital ini lebih banyak dilatarbelakangi oleh terjadinya kepadatan penggunaan frekuensi di jalur FM, yang dipicu oleh euforia otonomi daerah dan tumpang tindihnya kewenangan pemerintah pusat (Kominfo), Pemerintah Daerah (Dinas Perhubungan), dan KPI (Komisi Penyiaran Indonesia)/KPID (KPI-Daerah). Hal ini memunculkan banyak permohonan izin untuk penyelenggaraan penyiaran radio di berbagai daerah di seluruh Indonesia.

Sejatinya, dengan teknologi radio digital, efisiensi penggunaan kanal frekuensi akan menjadi jauh lebih tinggi karena satu kanal frekuensi dengan lebar yang sama dengan satu kanal radio analog, dapat menampung program siaran yang lebih banyak. Di samping itu, penerapan sistem penyiaran digital akan sangat mendukung terjadinya era konvergensi multimedia, yang memungkinkan penyelenggara siaran radio tidak perlu lagi menyiapkan dan membangun infrastruktur jaringan transmisi sendiri seperti *FM transmitter*, menara pemancar, saluran transmisi dan antena karena dengan mudah dan murah dapat mengirimkan program siarannya melalui lembaga penyedia jaringan transmisi (*Network Provider*). Dengan kata lain, radio digital memungkinkan infrastruktur bersama.

7.1.1 Standar Teknologi Radio Digital

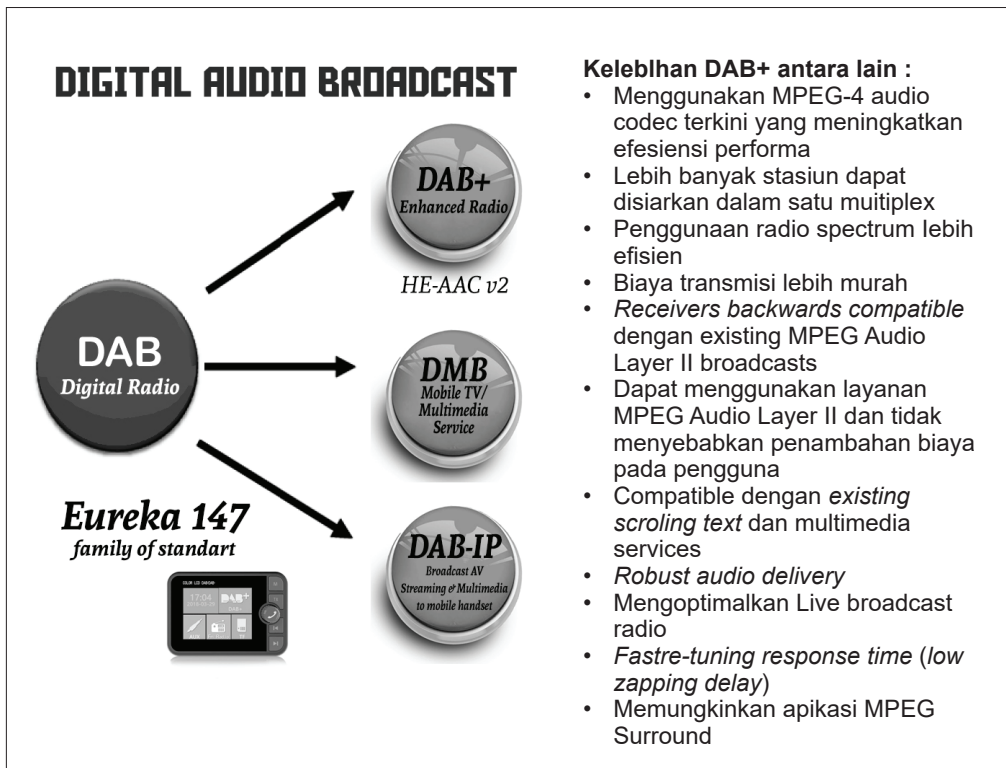
Ada beberapa standar digital radio yang sudah diperkenalkan oleh International Telecommunication Union (ITU), yaitu DAB (*Digital Audio Broadcasting*), DAB+, DRM (*Digital Radio Mondiale*) yang keduanya merupakan standar yang mengacu pada teknologi yang berasal dari Eropa, sedangkan HD Radio/IBOC (*In-Band On-Channel*) dari Amerika Serikat dan ISDB-TSB (*Integrated Services Digital Broadcasting – Terrestrial Sound Broadcasting*) merupakan standar radio digital dari Jepang. **Lihat gambar 7.3.**



Gambar 7.3. Skema siaran digital

DAB dan DAB+

Teknologi DAB yang juga dikenal dengan *Eureka 147*, telah dikembangkan sejak awal tahun 1980-an, yang awalnya diadopsi oleh beberapa negara di Eropa, saat ini sudah diadopsi oleh lebih dari 40 negara di dunia. Pesawat penerima DAB sudah tersedia di pasar sejak pertengahan 1998 dan saat ini harganya sudah menjadi sangat rendah yaitu di bawah USD25 (sekitar Rp230.000,00). Teknologi berbasis *MPEG-1 Audio Layer II audio codec* ini dikembangkan dan dikoordinasikan oleh *WorldDMB*. Dalam perkembangannya pada November tahun 2006 dikembangkan teknologi DAB+ yang lebih sempurna yang berbasis *HE-AACv2 audio codec*, yang juga dikenal sebagai *eAAC+*. Dilengkapi dengan *MPEG Surround format*, dan memiliki *error correction coding* yang lebih kuat bernama *Reed-Solomon coding*. **Lihat Gambar 7.4.**

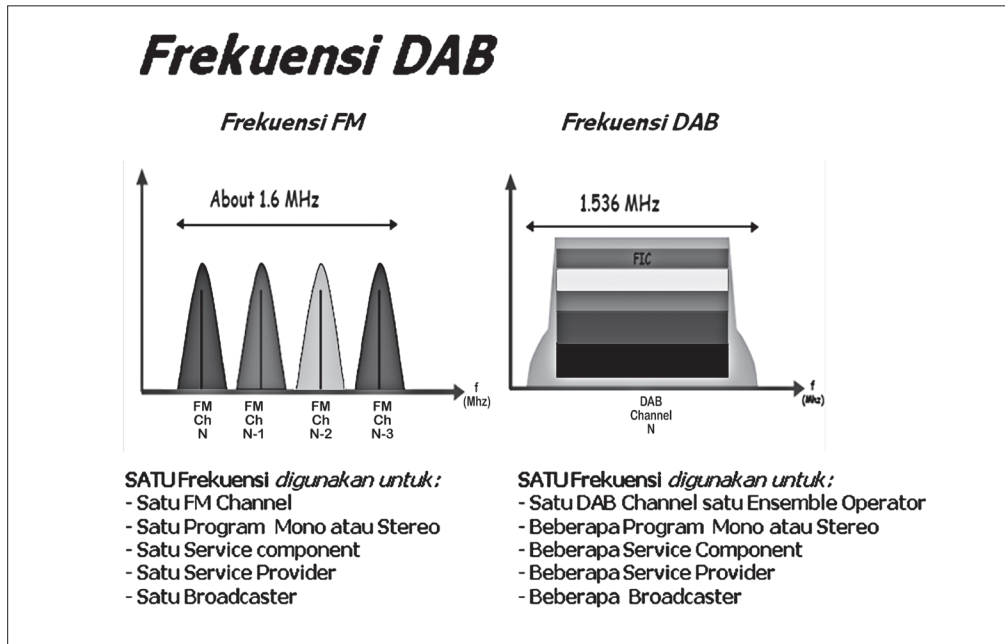


Gambar 7.4. Skema DAB, kompatibel format dan kelebihannya.

Walaupun DAB dan DAB+ tidak bisa dipergunakan dalam aplikasi *mobile TV* karena tidak dilengkapi *video codecs*, teknologi ini menjadi dasar bagi pengembangan DMB Digital Multimedia Broadcasting dan DAB-IP, keduanya dikembangkan di Korea, yang dapat dipergunakan sebagai mobile radio dan mobile TV karena dilengkapi dengan teknologi video codec yaitu MPEG 4 AVC untuk DMB dan WMV9 untuk DAB-IP. DMB video sub-channel dapat dengan mudah ditambahkan kepada setiap transmisi DAB.

Teknologi DAB dapat bekerja pada frekuensi Band III VHF (*Very High Frequency*) 174-216MHz yang saat ini dipergunakan oleh siaran TVRI dan beberapa TV swasta khususnya di kawasan Indonesia timur. Satu kanal VHF setara dengan kanal yang dipergunakan satu program TVRI saat ini, dapat

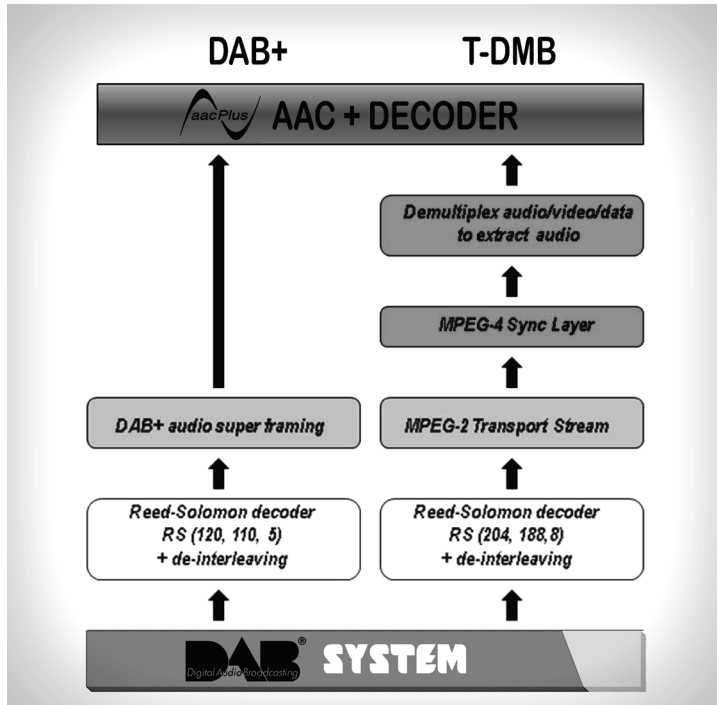
dibagi menjadi 4 sub kanal berlebar pita 1.536 MHz, yang masing-masing dapat diisi sampai 10-16 program siaran radio, sehingga total satu kanal VHF dapat menampung sekitar 40 - 64 program radio. **Lihat Gambar 7.5.**



Gambar 7.5. Perbandingan Frekuensi FM dan DAB.

Penambahan *multimedia processor* berteknologi DMB pada jaringan DAB ini, akan membuat operator mampu mengirim sinyal video yang akan memungkinkan diterimanya sinyal televisi penerimaan bergerak pada sisi pelanggan. Dengan teknologi DAB+, siaran radio berjaringan menjadi semakin mudah dan murah, karena secara karakteristik teknologinya memungkinkan siaran dengan pola SFN (Single Frequency Network). Pola ini memungkinkan dapat digunakan frekuensi yang sama untuk beberapa stasiun transmisi bersama, baik lokal, regional, maupun nasional. **Lihat Gambar 7.6.**

DAB+ & T-DMB



Gambar 7.6. Pola SFN (Single Frequency Network).

DRM

Digital Radio Mondiale™ (DRM) merupakan suatu standar sistem penyiaran digital yang terbuka untuk semua frekuensi penyiaran yang dikembangkan oleh konsorsium DRM sejak tahun 1998. Peserta Konsorsium yang ikut adalah Fraunhofer IIS, Gates Air, RF Mondial, dan Transradio.

Standar DRM terdiri dari dua konfigurasi utama 'DRM30' yang ditujukan untuk siaran pada gelombang pendek, sedang, dan panjang hingga 30 MHz dan menyediakan area dengan cakupan yang luas dan konsumsi daya yang rendah. Konfigurasi untuk pita VHF di atas 30 MHz disebut 'DRM+', disesuaikan untuk cakupan lokal dan regional transmisi yang dikendalikan oleh lembaga penyiaran. Semua konfigurasi DRM berbagi layanan

pengkodean audio, data dan multimedia yang sama, skema layanan jaringan, hubungan dan skema sinyal.

DRM memberikan suara berkualitas tinggi juga dikombinasikan dengan banyak fitur yang disempurnakan seperti surround, informasi teks jurnal, slideshow, EPG, dan layanan data. Konsorsium DRM dianugerahi oleh ITU untuk kontribusi yang luar biasa terhadap telekomunikasi selama beberapa tahun terakhir dan telah menandatangani Memorandum Radio Smart EBU yang mempromosikan akses ke radio “free to air” di semua perangkat.

DRM dapat menjadi solusi atas kebutuhan kanal frekuensi radio untuk keperluan radio siaran, baik di pita frekuensi radio MF, maupun VHF Band 2. Secara umum, setiap kanal frekuensi radio DRM dapat menampung sampai empat program siaran full audio, atau tiga program siaran (audio) beserta text data (dapat dimanfaatkan sebagai media berita, iklan, informasi publik, dan sebagainya).

HD Radio (IBOC)

Teknologi HD Radio berbasis teknologi In-band on-channel (IBOC) merupakan teknologi transmisi radio menggunakan metode *orthogonal frequency-division multiplexing* (OFDM), suatu teknik yang juga digunakan pada siaran TV digital/DVB-T2. Teknologi ini dikembangkan dan dilesensikan oleh perusahaan iBiquity Digital. Pengembangan teknologi ini, khususnya di Amerika, adalah bertujuan agar operator yang telah mengantongi izin siaran radio FM, dapat menawarkan fitur layanan radio digital tambahan tanpa harus beralih ke frekuensi lain. Penyiaran radio IBOC juga menyediakan layanan data nirkabel (wireless), audio on demand, dan data lain yang terkait dengan materi yang disiarkan oleh radio isaran digital dan menjadi layanan tambahan.

Teknologi ini dipandang kurang cocok diimplementasikan di Indonesia karena saat ini rentang frekuensi antar-stasiun radio FM adalah 350 KHz, sedangkan HD Radio IBOC mutlak memerlukan rentang frekuensi selebar 400 KHz agar dapat menumpangkan sinyal digitalnya di channel FM analognya (In Band) di upper dan lower band-nya.

ISDB-T

Integrated Services Digital Broadcasting (ISDB-T) merupakan standar Jepang untuk televisi digital (DTV) dan radio digital yang digunakan oleh jaringan radio dan televisi negara Jepang. ISDB-T pun dianggap kurang cocok karena harga pesawat penerimanya sangat mahal dan sulit terjangkau untuk masyarakat Indonesia pada umumnya.

7.1.2 Standar Radio Digital di Indonesia

Setelah melakukan serangkaian uji coba teknologi radio digital yang ada seperti IBOC yang dilakukan di Jakarta dan Surabaya (radio Sangkala) dan DAB (DAB+) yang dilakukan oleh FRJII (Forum Radio Jaringan Indonesia) serta RRI dan mengevaluasi hasil, Indonesia akhirnya pada tahun 2009 melalui Kominfo menetapkan bahwasanya teknologi radio digital yang digunakan di Indonesia adalah DAB Family yang dikuatkan dengan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 21 Tahun 2009 tentang Standar Penyiaran Digital untuk penyiaran radio pada pita *Very High Frequency* (VHF) di Indonesia.

Sejatinya, DAB family dianggap paling sesuai ketimbang standar teknologi lain untuk Indonesia. Teknologi HD-Radio IBOC dipandang kurang cocok karena saat ini rentang frekuensi antar-stasiun radio FM yang digunakan adalah 350KHz, sedangkan IBOC mutlak memerlukan rentang

frekuensi selebar 400KHz agar dapat menumpangkan sinyal digitalnya di channel FM analog (In Band) pada upper dan lower band. Sementara itu, ISDB-T kurang cocok karena harga perangkat penerima sangat mahal.

Pemerintah kemudian melakukan proses lanjutan dengan mengeluarkan Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 847 Tahun 2012 tentang Tim Uji Coba Sistem Penyiaran Radio Digital. Sampai saat ini, pengujian sekaligus implementasi terus dilakukan, khususnya oleh RRI. Dalam implementasinya, RRI menggunakan pemancar berdaya 2.5 Kw, rentang frekuensi (Band III or 124 – 240 Mhz) yang memiliki keluaran daya sebesar ≥ 2400 Watt rms.

Adapun, antenanya menggunakan VHF Band III Dipole berpolarisasi vertical 6 Bay yang memiliki Gain Antena (> 8 dB) dan tentunya dilengkapi multiplexer dan encoder. Semua perangkat ini ditempatkan di “markas” RRI di kawasan Merdeka, Jakarta Pusat dengan ketinggian antenna 124 meter (termasuk tinggi gedung). Dengan dukungan perangkat yang ada, RRI menampilkan delapan channel pada frekuensi: 229.072 MHz (12D) dan Bit Rate: 128 kbps. Delapan channel itu meliputi Channel 1: Pro.1; Channel 2: Pro.2; Channel 3: Pro.3; Channel 4: Pro.4; Channel 5: VOI; Channel 6: Channel 5; Channel 7: Musik Klasik, dan Channel 8: Musik Keroncong.

Kemudian, RRI pun mengoperasikan pemancar radio digital DAB+ di Jakarta, dan pada bulan Maret 2016, LPP RRI Stasiun Jakarta meresmikan peluncuran Digital Audio Broadcasting Plus (DAB+), berupa studio konvergensi media, media radio visual, dan optimalisasi kanal DAB RRI. Peresmian dilakukan Direktur Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) R. Niken Widiastuti di Gedung RRI, Medan Merdeka Barat Jakarta.

Selain DAB+, RRI pun mencoba DRM yang kemungkinan digunakan sebagai “pelengkap” dari DAB+ yang sudah lebih awal digunakan. Hal ini dikukuhkan RRI dengan melakukan penandatanganan kerja sama bidang

transmisi dengan Konsorsium DRM pada acara pertemuan Asia Pacific Broadcasting Union (ABU). Penandatanganan dilakukan Direktur Utama LPP RRI (saat itu) Niken Widiastuti dan Ketua Konsorsium DRM Ruxandra Obreja di Istanbul, Turki, Rabu, tanggal 28 Oktober 2015. Kemudian, ditindaklanjuti dengan sejumlah uji coba dan evaluasi dengan melibatkan lembaga lain. Misalnya, bersama Kementerian Komunikasi dan Informatika melakukan pengukuran evaluasi uji coba dan pengukuran teknologi Digital Radio Mondiale (DRM) di wilayah Pelabuhan Ratu, Sukabumi, Jawa Barat, Juli 2020.

Dengan uji coba yang berlanjut dan implementasi teknologi tersebut diharapkan kelak ada keuntungan bagi penyedia layanan dan pemasang iklan, antara lain akan memperoleh alternatif format isi dan jenis iklan yang lebih inovatif, variatif, fleksibel, informatif, dan dapat mengoptimalkan koneksi dan komunikasi kepada pendengarnya sehingga fungsi radio diharapkan sebagai media 'komunikasi massa' menjadi lebih kental dan optimal.

Manfaat ini bisa diperoleh tatkala empat hal yang selalu mengiringi kehadiran radio digital (DAB+) Indonesia bisa diatasi dengan baik, yakni teknis, konten, model bisnis, dan perangkat penerima (receiver), mengingat teknologi ini membutuhkan perangkat khusus. Bila ini bisa teratasi dengan baik, tentunya Indonesia pun bisa mengejar ketertinggalan dari Australia yang juga memiliki periode memulai teknologi radio digital yang kurang lebih sama dengan Indonesia dan saat ini berhasil mengadopsi teknologi radio digital (DAB+).

7.2 Radio Internet

Sekitar lebih tiga dasawarsa silam, pilihan menyimak radio melulu harus di rumah dengan memutar gelombang dan menyimak radio pada pesawat radio atau fasilitas radio pada stereo set seperti mini atau midi compo serta menjinjing radio kecil untuk yang ingin mendengarkan secara bergerak.

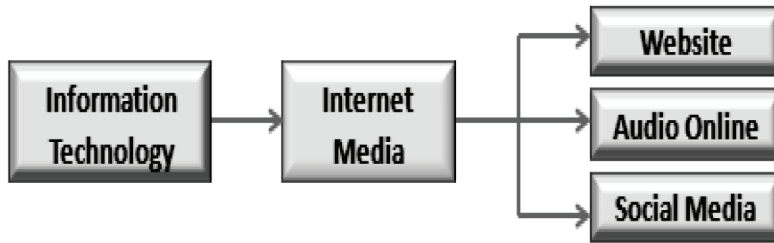
Namun, sejak era 90-an saat internet mulai dikenal dan membawa angin perubahan yang besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia radio, teknologi tersebut terus dieksplorasi.

Pada tahun 1993, Carl Malamud meluncurkan Internet Talk Radio yang merupakan radio talk show tentang komputer pertama yang setiap minggu mewawancarai seorang pakar komputer. Saat itu radio internet masih berupa konsep yang dibicarakan.

Sampai akhir 1993, Internet Talk Radio tidak tersedia melalui multicast streaming (teknologi pengiriman informasi ke tujuan-tujuan yang telah ditentukan secara bersamaan menggunakan strategi paling efisien untuk menyampaikan pesan ke link yang ditunjukan dengan sekali kirim), melainkan didistribusikan sebagai data suara dan pengguna komputer mengambil satu demi satu data tersebut.

Akhir tahun 1994, para Internet Service Multicasting ditunjuk untuk memulai RTFM, sebuah multicast stasiun berita radio internet. Pada Januari 1995, program berita RTFM diperluas untuk memasukkan suara siaran langsung hasil sidang atau rapat baik di Senat maupun Parlemen.

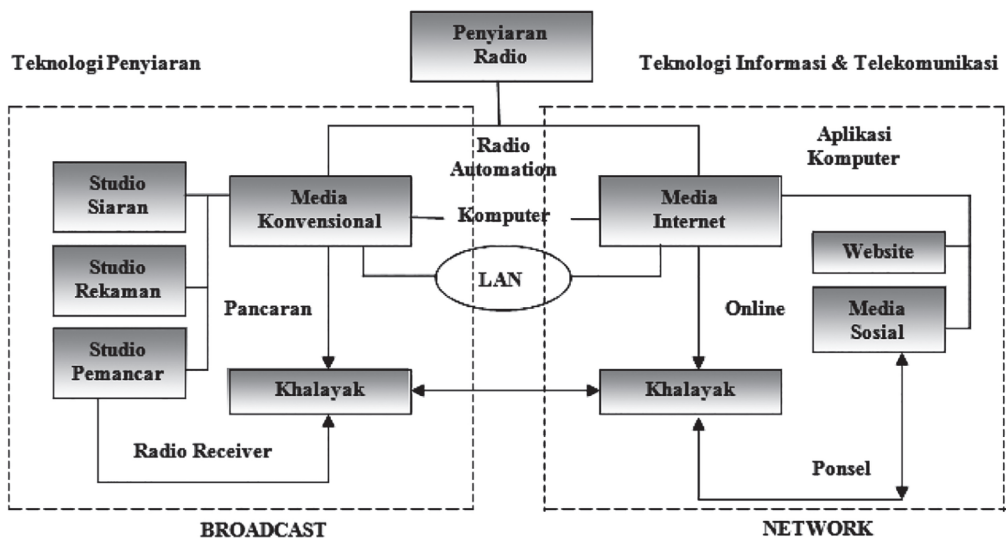
Pada 7 November 1994, WXYC (89.3 FM Chapel Hill, NC USA) menjadi stasiun radio tradisional pertama yang mengumumkan penyiaran di internet. WXYC menggunakan radio FM yang terhubung ke sistem di Sunsite, kemudian dikenal sebagai Ibiblio, yang menjalankan perangkat lunak Cornell's CU-SeeMe. WXYC mulai siaran dan menjalankan tes bandwidth pada awal Agustus, 1994. WREK (91,1 FM, Atlanta, GA USA) dan NM3151 mulai melakukan siaran pada hari yang sama dengan menggunakan perangkat lunak mereka sendiri yang disebut CyberRadio1. Namun, tidak seperti WXYC, saluran WREK tidak diiklankan sehingga respon masyarakat tidak tinggi. Pada bulan Maret 1996, Virgin Radio yang berada di London, menjadi radio Eropa pertama yang menyiarkan program-program pada radio tradisional secara penuh di radio internet. Siaran ini menggunakan sinyal FM dan dilakukan secara langsung bersamaan di internet 24 jam sehari.



Gambar 7.7. Layanan Siaran Radio Internet

Radio internet secara signifikan menarik perhatian media dan investor pada akhir 1990-an.

Di Indonesia, teknologi internet mulai populer diaplikasikan radio-radio pada awal 2000-an. Saat itu, teknologi internet yang dituangkan dalam bentuk web (www) cenderung digunakan oleh perusahaan yang bergerak di bidang radio dengan fokus menjadikan website sebagai sarana untuk promosi dan membuktikan bahwa radio mereka muncul di web. Tak heran, bila radio hanya cenderung menampilkan program-program atau acara radio itu juga mengenai para penyiar radio dalam website tersebut. Website pun menjadi tempat yang bagus bagi pendengar untuk menemukan stasiun radio dan acaranya. Website adalah eksistensi radio di dunia *cyber*, dan juga dapat meningkatkan interaksi dengan pendengar.



Gambar 7.8. Integrasi Media Konvensional dan Internet

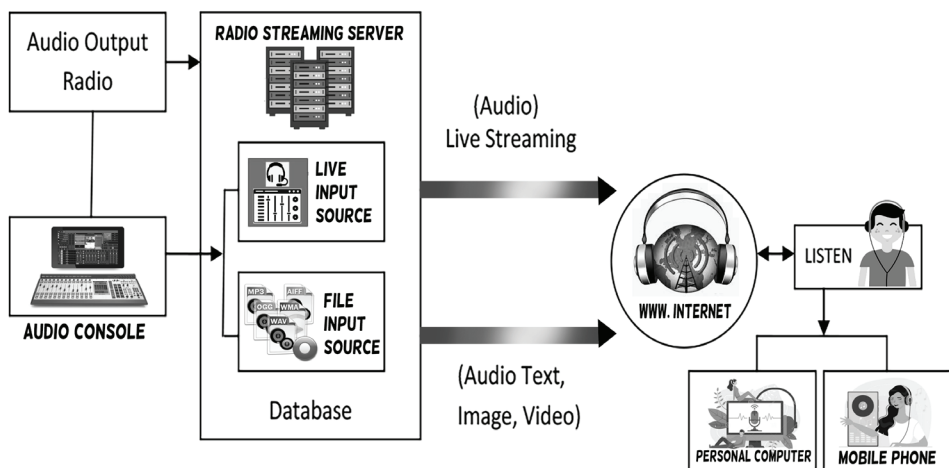
Saat ini, bandwidth lebih besar dan kompresi jauh semakin bagus, radio siaran umumnya menjadikan live streaming dan podcasting sebagai menu unggulan dalam webnya yang rutin dibagikan melalui media sosial....

Tak lama, radio mulai menampilkan podcasting (persiapan dan distribusi file audio untuk diunduh) dan berlanjut live streaming pada website-nya. Pada live streaming itu bisa muncul kalau setiap radio sudah menggunakan live streaming, (artinya) tinggal klik tulisan atau bacaan live streaming, maka akan muncul suara penyiar atau lagu secara langsung dari alamat web radio tersebut.

Tahapan yang dilalui ini memang tak lepas dari kondisi kualitas internet yang ada. Saat itu, pengaplikasian teknologi internet pada dunia radio menemui kendala. Pertama, lebar pita (bandwidth). Kedua, sistem pengkodean terhadap format MP3 atau format lainnya yang belum terbilang baik atau dengan kata lain belum sempurna seperti sekarang sehingga mempengaruhi kompresi file audio. Misalnya, bandwidth sebesar 96 Kbps awal era 2000-an kualitas audionya seperti audio dalam format AAC 32 Kbps era 2010-an. Kondisi ini membuat grup radio Masima di Jakarta yang membawahi jaringan beberapa radio ternama seperti Prambors dan Delta lebih memilih mulai serius mengaplikasikan teknologi internet dalam bentuk radio streaming ini baru sekitar era 2010-an. Sebelumnya, dalam kisaran tahun 2005-2006, aplikasi internet pada radio di bawah Masima lebih cenderung dilakukan dalam kemasan podcasting. Saat itu, podcasting sukses menarik banyak pendengar, khususnya saat program acara sandiwara radio dimunculkan seperti "Balada Cinta Ramadhan (BCR)" di radio Prambors.

Saat ini, bandwidth lebih besar dan kompresi jauh semakin bagus, radio siaran umumnya menjadikan live streaming dan podcasting sebagai menu unggulan dalam webnya yang rutin dibagikan melalui media sosial mulai dari Facebook, Instagram, hingga Twitter.

Pilihan menyimak radio pun semakin dipermudah dengan kualitas suara yang secara umum jauh lebih bagus. Kualitas suara ini pun harus didukung dengan **hardware** dan **software** terbaik, selain jaringan internet yang stabil dan bagus.



Gambar 7.9. Skema Siar Radio Internet

Hardware yang paling dibutuhkan untuk radio streaming adalah komputer atau laptop dan mikrofon, selain fasilitas internet tentunya. Agar memaksimalkan audio dari radio, minimum mikrofon yang digunakan harus sudah memiliki fitur noise cancelling yang bisa didapatkan dari mikrofon dari headset gaming. Untuk spesifikasi menengah dari audio bisa menggunakan mikrofon condenser, mikrofon ini menggunakan konektivitas USB sehingga dapat plug n play. Jika ingin lebih bagus bisa menggunakan mikrofon profesional dengan konektivitas XLR yang membutuhkan hardware tambahan yaitu mixer.

Sementara itu, untuk **software** bisa menggunakan software berbayar atau free. Software yang tidak berbayar atau freeware untuk recording bisa menggunakan audacity atau garageband bagi pengguna macOS. Software berbayar untuk recording antara lain Adobe Audition yang secara direct dapat terhubung dengan mixer.

Baik software berbayar atau free tentunya ditujukan untuk menghasilkan keluaran audio yang bagus. Secara teknis, audio yang bagus adalah suara yang tidak memiliki noise, nyaring, dan tidak bergema. Audio yang berkualitas bagus itu butuh bitrate tinggi. Jadi, semakin tinggi bitrate, maka kualitas audio makin bagus. Bitrate tinggi berada dalam kisaran minimal 64 kbps, direcomendasikan 128 kbps.

**Radio Internet
saat ini adalah
kombinasi
dari media
konvensional dan
menambahkan
akses internet
untuk menikmati
layanan program.**

Adapun untuk koneksi internet, kebutuhan internet Streaming Radio boleh jadi dibilang minim, hanya butuh kecepatan upload 2mbps untuk minimalnya. Untuk dapat hasil yang maksimal, kecepatan upload internet ideal menggunakan 5 mbps.

Radio Internet saat ini adalah kombinasi dari media konvensional dan menambahkan akses internet untuk menikmati layanan program. Karena internet memiliki jangkauan global, radio Internet dapat diakses di seluruh dunia.

Website dan podcast penyiaran radio telah menjadi tambahan sumber pendapatan di banyak stasiun, walaupun belum semua lembaga penyiaran radio memanfaatkannya.

Sampai saat ini, website lembaga penyiaran radio masih dianggap hanya sebagai pelengkap untuk mempromosikan radio di medium internet. Selain itu kehadiran situs website radio adalah cara lain untuk menambah nilai untuk membeli komersial pada media tradisional. Hal ini juga berlaku juga untuk podcast penyiaran radio.

Satu hal yang perlu diingat bahwa podcasting dan streaming memungkinkan klien lokal mendapat kesempatan untuk mempromosikan produknya secara nasional dan global tanpa mengeluarkan biaya tambahan. Website dan podcasting penyiaran radio sangat membantu memasarkan produk pengiklan yang memungkinkan khalayak meng klik streaming pada logo pengiklan yang terpasang di website penyiaran radio langsung membawa khalayak ke halaman web pengiklan tersebut.. Selain itu, penyiaran radio dengan akses ke website bisa secepatnya mengetahui data untuk diberikan kepada pengiklan tentang jumlah pengguna streaming lembaga penyiaran tersebut dan mengunduh podcast spesifik yang telah dibuat radio dengan sponsor pengiklan. Website dan podcasting adalah salah satu usaha pengelola penyiaran radio yang dibuat untuk tetap mempertahankan khalayak media konvensional yang kini sudah merambah ke media internet.

Ada dua jenis radio internet yaitu ada yang dihasilkan berasal dari stasiun siaran dan ada yang hanya berasal dari web. Dalam kategori pertama, stasiun biasanya menayangkan sinyal siaran mereka melalui web. Kategori kedua stasiun internet biasanya dalam penawaran pemrograman saja secara elektrik dan independen di dunia *cyber*.¹

Istilah radio internet adalah radio yang memanfaatkan perkembangan aplikasi teknologi internet dan aplikasi media sosial. Dalam perkembangan radio internet seiring dengan penetrasi internet di dunia.

Radio internet telah memberi warna dan pengaruh bagi semua stake holder dunia radio. Mulai dari cara mendengarkan sampai cara mengelola konten. Di era internet seperti saat ini, sepanjang terkoneksi dengan internet, siaran radio dapat disimak, kapan saja, di mana pun, dan dengan perangkat apapun yang memiliki fasilitas koneksi internet.

7.3 Radio Automation

Sepuluh tahun silam, Anda mungkin dengan mudah menjumpai penyiar di sebuah stasiun radio memancarsiarakan program-programnya dengan menggunakan script kecil berupa catatan di atas kertas atau hasil print sembari menggunakan pemutar audio berupa pemutar CD dan tape recorder/player yang kadang dilakukannya sendiri atau dibantu operator. Kini, pemandangan tersebut boleh dibilang sulit ditemui bahkan untuk sekelas studio sederhana di radio komunitas sekalipun. Terlebih lagi untuk stasiun-stasiun radio yang dikenal sebagai lembaga penyiaran swasta atau publik.

Saat ini, radio umumnya telah menggunakan perangkat lunak yang memungkinkan radio tersebut untuk mereproduksi musik dan suara dari harddisk computer dan menyimpan semua materi iklan, jingle, efek suara, dan sebagian besar musik juga di hard disk. Kemudian, penyiar/operator/staf bisa memutar atau memainkan secara instan semua materi melalui keyboard atau dengan mengklik mouse.

Dalam perkembangannya, peranti lunak atau software radio ini tidak hanya mereproduksi audio. Tetapi juga, memungkinkan membuat "playlist" yang dapat mereproduksi audio yang akan dimunculkan berurut secara

1. Keith, Michael C., 2007, *The Radio Station – Broadcast, Satellite & Internet*, Seventh Edition, USA, Focal Press, hlm.314.

otomatis, sebuah program radio yang lengkap, termasuk mengumumkan meteorologi atau cuaca, jingle, iklan, lagu musik, koneksi jaringan satelit, dan lain lain, sehingga siaran selama 24 jam bagi sebuah stasiun radio di sebuah kota kecil tanpa operator atau tanpa penyiar pun bisa dilakukan. Sistem kerja yang dilakukan peranti lunak tersebut inilah yang disebut radio automation.

Sejatinya, radio automation merupakan suatu paket sistem Informasi Teknologi (IT) yang memungkinkan tim radio siaran menjalankan proses kerja radio siaran secara optimal, termasuk di dalamnya sistem player (di ruang siaran, digunakan oleh operator siaran atau penyiar), traffic/ad scheduler (pengelolaan iklan, digunakan oleh traffic staff), program scheduler (untuk perencanaan program siaran, biaya digunakan oleh program director), music scheduler (bagi radio musik, digunakan oleh music director), news scheduler (bagi radio berita, digunakan oleh news editor), dan beberapa opsi aplikasi lainnya terkait interaksi dengan pendengar seperti sistem pengelolaan telepon, SMS, social media (FB/ Twitter/lainnya), website, dan lain lain.

Kehadiran radio automation, tentunya diharapkan bisa memberi manfaat optimal bagi pengguna atau "stakeholder" penyiaran radio. Misalnya, Bagi pemilik, penggunaan radio automation yang baik akan meningkatkan brand equity dari radionya. Bagi para pengelola radio siaran, mereka dapat lebih efisien dan efektif dalam mengelola operasional radionya, mulai dari membuat perencanaan siaran, proses kontrol dan pelaksanaan siaran, pelaporan, sampai dengan analisa. Bagi klien pemasang iklan, penggunaan radio automation pada radio menjadi salah satu faktor utama dalam penentuan channel radio, iklan yang dijadwalkan akan lebih tepat waktu penayangannya, dan bukti siar yang dihasilkan dari radio automation tentunya meningkatkan tingkat kepercayaan para pengiklan. Sementara itu, bagi pendengar, manfaat tidak langsung dapat dirasakan dalam menikmati siaran radio tersebut, seperti aspek "kesegeraan" dalam pencarian materi request, penggunaan berbagai sound effect atau back sound yang menarik, sampai kualitas audio yang tidak pernah menurun karena penggunaan radio automation juga mensyaratkan penggunaan format audio digital dalam playernya.

7.3.1 Perkembangan Radio Automation

Saat ini sudah cukup banyak brand baik mancanegara maupun lokal karya anak bangsa yang menawarkan sistem radio automation, baik yang terintegrasi maupun yang parsial sesuai fungsi yang diperlukan.

Beberapa produsen mancanegara bahkan sudah ada yang membuatnya terintegrasi dengan hardware (mixer, monitor siaran, dll). Baik yang parsial maupun yang terintegrasi dipilih pengguna biasanya berdasarkan fitur yang dimiliki selain faktor harga. Fitur yang biasanya dijadikan aspek pertimbangan bagi pengguna atau calon pengguna dalam pemilihan radio automation, antara lain:

1. Pemenuhan semua fungsi utama (perencanaan, pelaksanaan, kontrol, report, dan analisa).
2. Integrasi sistem
 - a. Di dalam Radio Automation, baik penggunaan satu brand untuk sistem yang terintegrasi atau menggunakan beberapa brand yang open system;
 - b. Kepada sistem di luar Radio Automation. Misalnya, interkoneksi laporan siar/invoice terhadap software keuangan.
3. User friendly, dalam arti kemudahan bagi para user, kadang tampilan yang mewah dan menarik belum tentu memudahkan user. Sebaliknya, tampilan yang sederhana bisa jadi dapat memenuhi seluruh kebutuhan sistem operasi radio.
4. Fleksibilitas dan dukungan teknis, adanya kemudahan modifikasi jika terjadi perubahan dalam proses kerja radio, apakah bisa dilakukan oleh tim internal, developer, atau jasa teknis outsource.
5. Terakhir, tentu saja biaya, baik biaya setup maupun biaya bulanan, karena sebegitu apapun sistem yang ditawarkan komponen biaya harus dihitung dengan tepat sehingga dapat dipilih aplikasi yang paling optimal dan efisien sesuai dengan kondisi dan kebutuhan dari radio tersebut.

Dalam perkembangannya, untuk radio automation asal mancanegara banyak digunakan radio-radio kelas atas ataupun radio berjejaring (networking radio), diantaranya adalah produk dari RCS (www.rcsindonesia.com), BSI (www.bsiusa.com), dan Jazler (www.jazler.com).

Umumnya radio automation itu berbayar, tapi tak sedikit yang gratis dan banyak dipilih atau digunakan radio komunitas. Fitur radio automation yang gratis biasanya tak selengkap berbayar. Salah satu, peranti lunak radio automation yang bisa diperoleh gratis dan dianggap memiliki fitur yang cukup adalah RadioDJ. RadioDJ dapat digunakan secara bebas tanpa pembatasan baik untuk penggunaan pribadi maupun profesional.

Peranti lunak ini memiliki fitur seperti full otomatisasi 24/7 untuk stasiun. Kompatibel dengan format audio seperti mp3, way, wma, aac, flac, ac3. Custom jingle lagu dan rotasi yang dapat dimuat dan disimpan kapan saja. Fungsi Auto-DJ, berdasarkan kategori dan sub-kategori rotasi. Kategori dan sub-kategori rotasi tak terbatas untuk musik, jingle, dll. Fade in Fade out untuk intro, advance scheduler untuk acara (acara radio, iklan, dll). Pencarian terpadu berdasarkan artis, judul, kategori dan sub-kategori serta genre. Selain itu, ada RadioDJ - First class cross-fade, PlayIt Live - Unique scheduling, ZARAStudio - Convenient events modul, Mixxx - Built-in encoder, dan BUTT - Supports SHOUTcast and Icecast. Sementara itu, untuk yang berbayar antara lain ProppFrexx ONAIR, SAM Broadcaster Pro, RadioBOSS, PayoutONE, mAirList, dan StationPlaylist Studio Pro.

Tak mau kalah, sejumlah radio automation karya anak bangsa pun memiliki nilai kompetensi tinggi untuk bersaing, khususnya dari sisi fitur. Sejumlah aplikasi radio automation karya anak bangsa yang telah digunakan banyak radio siaran mulai dari yang kecil hingga besar, antara lain BASpro, RBO, dan Radio 2.0.

BASpro

BASpro merupakan software radio automation yang dipilih oleh banyak radio di kota Bandung dan beberapa kota lainnya. Menurut Happy Sri Sudaryanto yang membuat dan mengembangkan peranti ini, beberapa pemakainya meliputi radio Ardan, KLite, Klcbs, B radio, Cakra, Paramuda, Raka, Dahlia, Wijangsongko-kediri, Star radio, El gangga, Venus radio, Female radio Tangjung pinang, Oz radio Bandung. Baspro awalnya bernama SIM-RS (Sistem Informasi Management Radio Siaran) yang dirilis tahun 1993. Peranti lunak ini lahir dengan misi awal Ingin mengatasi gap antara pemasang iklan dengan radio berupa penyajian data bukti siaran iklan dikerjakan secara manual ditulis di log book kemudian disalin ke lembar bukti siaran iklan, sementara radio siaran ingin disebut radio yang profesional.

"Ide awal pada tahun 1993 yaitu suatu pertanyaan dalam benak kami bagaimana cara mengatasi radio siaran agar bisa memberikan jaminan kepada pemasang iklan bahwa iklan yang dipesan pasti disiarkan? Karena pada saat itu tidak ada parameter yang dijalankan secara profesional selain hanya bersandar pada kepercayaan, sementara pengawasan terhadap pelaksanaan penyiaran iklan sangat lemah baik dari pihak internal radio maupun dari pihak pemasang. Sementara itu, pekerjaan kepenyiaran masih dianggap hobi atau main-main semata, bukan bagian dari mata pencaharian sebagaimana layaknya perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan atau perbankan," ujar Happy Sri Sudaryanto, founder BASpro, seperti termuat dalam artikel Radio Automation, Broadcastmagz edisi 31/III/Jul 2014.

"Maka, agar dunia radio siaran benar-benar mampu berkiprah secara profesional dengan cara membenahi manajemennya dan salah satu yang paling urgen dan penting pada saat itu adalah mendukung kepercayaan dari pemasang iklan yang saat itu penyajian data bukti siaran iklan masih dikerjakan secara manual ditulis di log book oleh operator kemudian disalin ke lembar bukti siaran iklan, diaplikasikan ke dalam program software yang mampu mengolah data secara real time waktu penayangannya, yaitu ketika iklan di-play langsung jam penayangannya tercatat dan dapat dilihat sekaligus langsung bisa dicetak dalam bentuk bukti penyiaran. Program tersebut awalnya bernama SIM-RS (Sistem Informasi Manajemen Radio Siaran) dibuat masih bersifat sederhana karena eksekusinya berbarengan dengan iklan yang di-play oleh operator," buka Happy Sri Sudaryanto, founder BASpro.

Dari kebutuhan awal ini, peranti lunak ini pun terus dikembangkan. Dalam perkembangan selanjutnya, Software SIM-RS ini ditingkatkan kemampuannya agar bisa memadukan play iklan langsung data jam tayang tercatat. Semua itu ditangani oleh software program aplikasi bernama Match-S dan Match-X yaitu menggabungkan radio automation system dengan SIM-RS menggunakan format audio berupa ADPCM (WAV) memakai chart audio yang diproduksi oleh sebuah perusahaan bernama APT dari Irlandia, negara sempalan Inggris, kualitas audionya sangat jernih dengan bandwidth lebih lebar bila dibandingkan dengan format mp3 sekarang. Selang beberapa tahun kemudian sejalan dengan berkembangnya teknologi format audio digital dan makin semaraknya produsen soundcart bermunculan maka diproduksi software aplikasi BAS (Broadcast Automation System). Aplikasi ini merupakan cikal bakalnya dari BASpro yang berbasis pada MPEG, mp3, wav dan teknologi kompresi audio lain.

Fitur mengikuti kebutuhan yang semakin kompleks. Fitur pun terus dikembangkan dan diharapkan menjadi unggulan. Oleh karena itu, produksi Software aplikasi BASpro (BAS professional) edition kemampuannya diarahkan untuk memfasilitasi semua kebutuhan sistem manajemen radio siaran yang profesional mulai dari modul *on air system automation*, *Fade in/out* yang bisa diset berdasarkan kebutuhan siaran, filter iklan yang harus disiarkan berdasarkan aturan yang dibuat bagian trafik dan apabila iklan telah disiarkan langsung hilang sehingga tidak mungkin disiarkan lebih dari ketentuan yang telah ditetapkan berdasarkan aturan. Di samping itu selama iklan belum diputar, akan tetap ada walaupun modul program dimatikan. Sistematis penyajian rangkaian lagu yang disiapkan dibuat berdasarkan kerja sama antara Program Director (PD) dengan (MD) Music Director, sehingga lagu secara sistemik tidak bisa dilanggar oleh operator. Artinya, operator tidak bisa mengambil lagu dari song bank untuk disisipkan ke playlist dan setiap lagu, iklan, jingle, insert, dll, yang telah diputar dicatat ke dalam log data sepanjang siaran berlangsung. Jam siaran dari setiap penyiar yang bertugas tercatat di modul PD untuk disiapkan pada saat penggajian. Selanjutnya tersedia modul script writer yang bertugas menyiapkan segala macam informasi, berita, dan iklan adlips yang harus dibacakan oleh penyiar yang saat itu sedang siaran sehingga penyiar fokus bersiaran dengan nyaman. Semua serba *paperless* tidak perlu ribet membawa berkas catatan siaran lagi dan seabrek keunggulan lain untuk mendukung manajemen akunting, marketing, traffic iklan, manajemen kepegawaian dan lain-lain sehingga setiap pegawai hanya berkonsentrasi bagaimana meningkatkan potensi diri agar perusahaan dapat berkembang dan maju tanpa diganggu oleh sistem tambal sulam.

RBO

Setelah BASpro menjadi radio automation yang populer di Bandung dan menjadi pilihan beberapa radio terkemuka di Bandung. Sekitar tahun 2003 muncul RBO. Pada waktu itu, masih versi 1 (per tahun 2014, sudah versi 4,2). Pada awalnya, RBO dibuat untuk menjawab kebutuhan terhadap software otomatisasi siaran yang ada pada waktu itu. Rata-rata radio di Indonesia masih menggunakan aplikasi pemutar lagu sederhana seperti winamp. Untuk radio-radio yang lebih modern mereka menggunakan aplikasi yang lebih kompleks seperti Raduga, dll. Akan tetapi, produk tersebut masih dianggap kurang mewakili kebutuhan radio-radio di Indonesia, seperti kebutuhan interaktif sosial seperti SMS dan telepon masih sangat kental. Software-software yang ada di pasaran juga kebanyakan bukan buatan Indonesia sehingga dukungan dan proses pembeliannya juga dianggap sulit oleh pemilik pemilik radio di Indonesia.

Menurut Markus Kumla Budhi Santosa, Founder RBO, tidak sedikit dari mereka yang menggunakan aplikasi bajakan. Nah, atas dasar kebutuhan tersebut maka terpikirlah ide untuk membuat suatu aplikasi siaran terintegrasi yang mencakup semua aspek manajerial radio siaran yang memudahkan pengelola radio untuk mengatur manajemen siaran secara keseluruhan. Maka munculah ide nama RBO (Radio Broadcast Organizer), yang intinya sama, untuk mengorganisasikan radio siaran. Pada waktu itu Radio yang digunakan untuk rilis pertama dan sekaligus trial adalah Elisa FM (Salatiga).

Kelebihan utama RBO adalah fitur yang sangat lengkap yang mencakup modul utama siaran seperti :

- `Playlist Pemutar lagu yang user friendly.
- `Multi Deck Playlist (Penyiar bisa mengoperasikan playlist dari beberapa deck yang berbeda).
- `Multi soundcard support.
- `Playlist Schedule & Automation.
- `Playlist Auto generate by pattern.
- `Commercial Schedule & Report/Billing.
- `Time signal integration.
- `Integration with SMS & Phonebook.
- `Fitur SMS Polling untuk Quiz.
- `Advance Reporting.
- `News Composer & Reader.
- `News report & control. Social media integration (Facebook, twitter, youtube).

Network support :

- Local Client server application.
- User access right control (User yang beda memiliki akses yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing).

Adapun fitur yang lainnya adalah Android client remote control. Yang memungkinkan user mengendalikan RBO di komputer siaran dari tablet android dengan fitur-fitur yang bisa dilakukan seperti pemutar playlist, pembaca SMS, pembaca berita-fitur ini bermanfaat untuk acara "talkshow/ live yang memungkinkan penyiar dapat melakukan siaran tanpa harus berada di depan mixer dan tanpa dibantu oleh operator.

Pengguna RBO cukup banyak dan beragam mulai dari radio komunitas, RSPD, Radio Rohani, hingga RRI. Tentunya, yang paling membanggakan, software ini telah menjadi pilihan Lembaga Penyiaran Publik RRI.

Radio 2.0

Radio 2.0 merupakan radio automation berbasis web. Hal yang menarik sekaligus keunggulan radio automation ini adalah aplikasinya berbasis web sehingga pengguna bisa menggunakannya di mana pun untuk mengisi menu/program mulai dan pilihan lagu, script, traffic, hingga print bukti siar bagi klien sepanjang terkoneksi ke internet yang dikenal dengan fitur *Listening every where broadcasting anywhere*. Terkecuali, penyiar, memang harus datang ke studio bila melakukan siarannya secara live.

Radio 2.0 didukung dengan beragam fitur yang dikenal fitur unggulan. Fitur tersebut meliputi:

1. *Dynamics live streaming*, fitur ini membuat operasi penyiaran radio menjadi dinamis. Karena seluruh SDM penyiaran yang terlibat bisa bekerja terintegrasi dan dapat melakukan proses kreasi secara optimal. Karena sambil menikmati program siaran semua stakeholder bisa memonitor rundown menu acara, iklan, judul lagu dan nama lagu, dan lain-lain secara mudah dan dinamis.
2. *Systemic podcast streaming*, fitur ini memudahkan para pendengar menemukan dan memilih hasil produksi siaran dari radio mana saja. Dan hasil produksi itu bisa didengar secara *on demand* termasuk dibaca, dilihat, dan ditonton.
3. *StayTune social marketing*, fitur ini memudahkan berbagai pihak melakukan promosi hasil produksi seni siaran radio kepada teman-teman dan relasinya dengan cara mengunggah atau mem-publish di Facebook, Twitter dan lain-lain. Dan untuk selanjutnya suaranya atau hasil siarannya bisa didengarkan secara langsung pada halaman Facebook teman-teman dan relasi.

4. *Multi request integration*, fitur ini memudahkan proses interaksi dengan pendengar tanpa repot-repot harus membuka satu persatu masing-masing aplikasi seperti Facebook, Twitter, web maupun sms. Karena multi request integration terangkum hanya dalam satu halaman web secara praktis.
5. *Listening every where broadcasting anywhere*, fitur ini memungkinkan setiap orang bisa mendengarkan radio tidak harus menggunakan radio. Siaran radio dapat diakses dengan HP, 'pad, (phone, Galaxi Tab, dan lain-lain. Dan bisa didengarkan di mana saja. Teknologi radio memudahkan dalam operasional dan manajemen siaran, pengelolaan siaran bisa dilakukan secara jarak jauh yang memungkinkan pengelola tidak harus berada kantor, menjadikan *new lifestyle* lebih cerdas dan menarik.
6. *Radio on applications market*, fitur ini menjadikan aplikasi radio dapat diunduh melalui market aplikasi yang dimulai dari Android market selanjutnya ke market aplikasi populer lainnya seperti Apple store hingga IPTV sehingga untuk mendengarkan radio cukup meng-klik widget atau shortcut dari radio yang dipilih.
7. *Strengthening Core Busines, Exploring New Opportunity*, fitur ini memungkinkan penguatan bisnis yang ada baik On-air maupun Off-air dan dengan memanfaatkan aset yang terakumulasi terutama komunitas pendengarnya akan dilakukan inisiatif untuk memberikan layanan-layanan baru radio seperti *unlimited music services, merchant discount, hyper local adls & destination services, business & cultural services*, hingga *emoney* dan *remittance*.

7.4 Radio Visual

Radio siaran khususnya FM yang sebelumnya hanya dapat menyiarkan layanan suara (audio), saat ini sudah dapat memberikan layanan lain berupa gambar dan data secara simultan. Hal tersebut dimungkinkan dengan inovasi teknologi baru, sebagai pelengkap dan penguat teknologi FM, untuk memperoleh model bisnis dan potensi tambahan pada siaran radio FM, antara lain teknologi visual radio atau radio visual.

Teknologi baru ini memungkinkan siaran radio FM dapat dikembangkan menjadi siaran yang bisa dilengkapi informasi visual dalam bentuk informasi berita, kepadatan atau kecelakaan lalu lintas yang disertai gambar, informasi pemutaran film, informasi kegiatan, laporan cuaca, layanan games, dan lain sebagainya. Hal ini memungkinkan radio benar-benar menjadi sebuah "perangkat pribadi" dengan segala fasilitas infotainment di dalamnya. Disamping diperoleh layanan audio dengan kualitas yang jauh lebih tinggi, juga dapat diperoleh tambahan berbagai pilihan dan pengaturan layanan secara individual dan mandiri.

Istilah Visual Radio atau radio visual, sebenarnya dimulai oleh Nokia yang mengembangkan teknik interactivity pada radio FM. Teknik ini dilakukan dengan penambahan koneksi data menggunakan jaringan selular, yang dalam hal ini beberapa elemen video, presentasi grafik dan text disinkronisasikan ke dalam audio programing dan dikirim melalui data stream menggunakan GPRS connection atau jaringan cellular data connection lainnya, sehingga siaran dapat diterima menggunakan mobile phone yang telah dilengkapi penerima FM radio. Dalam hal ini grafik dan data diterima melalui GPRS connection dan audio diterima melalui FM tuner yang ada, yang keduanya telah disinkronkan sebelumnya.

Dalam perkembangannya, istilah radio visual ini diunakan oleh stasiun radio yang melakukan dengan cara streaming menggunakan jaringan internet. Kini radio visual sudah semakin maju dan banyak dikembangkan di seluruh dunia.

Mancanegara

Beberapa radio station di negara lain juga sudah menyiarkan radio visual, antara lain Kiss FM (Finland), GWR Bristol, GWR Bath, Virgin Radio (UK), The Voice (Helsinki), Mediacorp (Singapore), Radio Mirchi (New Delhi), Los 40 Principales (Spanyol), RAI (Amsterdam), Radio Contact dan Qmusic support Visual Radio (Belgia), dan beberapa radio lainnya.

Indonesia

Tak mau tertinggal, Indonesia pun sudah ada beberapa operator radio yang mengukuhkan dirinya sebagai penyedia siaran visual radio atau radio visual. RRI, misalnya, sejak diluncurkan pada 28 Maret 2016, RRI telah memiliki studio konvergensi yang merupakan studio yang dapat menggabungkan audio, video, dan teks sekaligus, sehingga mampu menyiarkan radio visual yang merupakan radio bergambar seperti pada siaran televisi serta jaringan radio FM di beberapa kota di Indonesia. Selain itu, ada MUGOS yang diperkenalkan di Jakarta, akahir Maret 2017. MUGOS mengukuhkan dirinya sebagai operator radio visual yang mampu menyediakan layanan real time melalui jaringan website streaming dan mobile application.



Gambar 7.10. Studio Mugos saat aktif bersiaran (Dok. Broadcastmagz)

MUGOS boleh jadi merupakan media platform baru, dalam bentuk visual radio pertama di Indonesia, yang merupakan kombinasi dari radio, televisi, chatting, video call, dan media sosial. Artinya, MUGOS adalah siaran radio yang divisualkan dengan perlakuan dan tampilan ala tayangan televisi, serta tayangan televisi dengan sentuhan personal ala radio.

MUGOS mengemas program-program informasi dan hiburan dengan konten yang segar dan unik. MUGOS mengangkat keberagaman Indonesia mulai dari alam, budaya dan musik, dengan kemasan dan sentuhan urban.

Dipandu oleh penyiar-penyiar yang disebut AMUGOS, yang kebanyakan adalah musisi, selebriti, dan youtuber terkenal. Dengan adanya MUGOS, setiap orang dapat menikmati aktivitas siaran melalui live streaming dalam bentuk audio visual dan serta berinteraksi dengan penyiar MUGOS melalui live chatting, video call, dan aktivitas media sosial.

Para penikmat MUGOS yang disebut FRENTOS, dapat memberikan apresiasi kepada penyiar dengan mengirimkan *Virtual Gift* berupa beberapa ikon yang dapat diperoleh dengan melakukan top up koin. Live broadcast MUGOS bisa diakses melalui situsnya dan bisa dinikmati dari berbagai device seperti Personal Computer (PC), Laptop serta smartphone. Selanjutnya MUGOS juga bisa diakses melalui Android Apps dan IOS Apps. Pemirsa televisi dan pendengar radio juga bisa menikmati konten MUGOS yang akan direlay ke beberapa jaringan televisi dan radio di berbagai kota di Indonesia. Dengan penyiaran melalui jaringan internet, MUGOS bisa menjangkau ke seluruh wilayah yang tersedia jaringan internet, baik di Indonesia bahkan seluruh dunia. MUGOS menyediakan beragam layanan sebagai menu yang bisa dipilih seperti Live Streaming yang memungkinkan Frentos dapat menikmati konten-konten.

Ya, MUGOS boleh dibilang sebagai visual radio yang menyeluruh di Indonesia. Durasi siar MUGOS dominan disertai tampilan visual. Bisa jadi hal ini merupakan bagian dari wajah industri penyiaran radio siaran yang bisa bersinar, sejalan dengan pengembangan teknologi radio yang menyediakan berbagai fitur menawan, memanjakan segenap pendengarnya. Sayangnya, setelah beberapa tahun bersiaran reguler, tahun ini, siaran MUGOS tidak tersimak lagi.

Secara teknologi, radio telah berkembang begitu pesat, mengikuti kebutuhan umat manusia sebagai pendengar setianya, yang sudah mencapai tingkat kualitas, kuantitas dan kontinuitas yang nyaris sempurna, dibandingkan dengan awal kehadirannya saat berdirinya RRI secara resmi, pada 11 September 1945. Siaran radio kini semakin berwarna, berkembang, dan masih dirasakan sebagai sarana yang efektif untuk menyampaikan berbagai berita, informasi maupun hiburan dalam keseharian.

Radio visual sejatinya memang bukan teknologi yang benar-benar baru. Ini pengembangan dari teknologi yang ada. Boleh dikatakan, radio visual sebenarnya dengan media radio streaming ini memiliki persamaan yaitu media yang dipancarsiarkan via internet (streaming). Perbedaannya, radio visual juga memancarsiarkan videonya, baik itu video penyiarnya,

video dari klip musik, maupun iklannya. Secara teknis, boleh dikatakan bahwa radio visual ini sama saja dengan TV/video streaming.

Untuk streaming ini diperlukan sejumlah perangkat pendukung, tapi tak banyak. Di studio, diantaranya, mixer audio yang ada kapasitas GPIO (general purpose IO-sebuah interface switching untuk integrasi kontrol prosesor matriks AHM-64 atau sistem mixing dLive/Avantis dan hardware pihak ke-3), karena mixer yang demikian bisa difungsikan untuk sebagai video switcher, PC yang mampu mendukung software visual radio, diantaranya, AVRA dan WinMedia (Radio Vision), kamera yang mampu bekerja nonstop, server video streaming, dan tentunya koneksi internet yang prima.

Adapun, untuk perangkat di luar studio saat menayangkan acara on air menggunakan sistem yang sederhana yaitu menggunakan konsep atau aplikasi dengan fitur video call seperti Skype. Sementara itu, untuk koneksi internetnya, karena ini juga harus menyiarkan video, paling tidak membutuhkan minimum sekitar 10MB dengan jalur internet yang dedicated. Sementara itu, untuk jumlah pengakses, hal ini bergantung dari kebutuhan dan kemampuan server video streaming yang digunakan.

Tentunya, terlepas dari kemajuan teknologi yang diadopsi radio visual, konten senantiasa menjadi perhatian utama. Kali ini, diselaraskan dengan kebiasaan mendengar yang mungkin berbeda dari kebiasaan orang menyimak siaran radio biasa.

7.5 OB Van

OB Van (Outside Broadcast Van) saat ini masih menjadi sarana pendukung operasional radio siaran. Kehadirannya memang senantiasa menjadi opsi disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang ada. Secara teknis, OB Van (Outside Broadcast Van) merupakan sarana untuk merekam, mengolah, dan menyiarkan program dari tempat lain di luar studio tetap. Biasanya, dari OB Van ini, dapat dilakukan siaran langsung karena dilengkapi dengan STL (Studio Transmitter Link) sehingga program siaran yang diperolehnya dapat langsung dikirim dan dipancarkan oleh stasiun transmisi.

Di dalam OB Van juga diperlukan studio mini yang merupakan tempat di mana program siaran diolah dengan kaidah tertentu, sebelum siap untuk dipancarkan. Studio ini digunakan untuk memproduksi, mengolah, mendata, mengedit, merekam, dan mencampur (mixing) program siaran yang diperoleh, sebelum dikirimteruskan kepada studio transmisi. Di dalam studio ini, biasanya diperlukan beberapa peralatan, yang terdiri dari beberapa unit mikrofon yang akan digunakan oleh producer atau penyiar.



Gambar 7.11. OB Van radio Rase, Auto Radio, dan OZ di Bandung. (Dok. Broadcastmagz)

Di sini, diperlukan mikrofon yang memiliki beberapa kelebihan dan spesifikasi khusus, misalnya *low noise*, *low frequency distortion*, *wide dynamic range*, dan *high SPL (Sound Pressure Level) capability*. Di samping itu, juga memiliki frequency response yang lebar, yaitu mendekati range 20 Hz

sampai 20 KHz. Hal ini mampu menghasilkan kualitas suara yang jernih, bebas noise, dan sangat transparan. Respon frekuensi sebuah mikrofon menjadi penting untuk diperhatikan, agar suara yang diolahnya tidak terpotong pada rentang frekuensi tertentu. Suaranya dapat diolahteruskan kepada telinga manusia yang rata-rata mampu menerima suara dalam rentang frekuensi 20 Hz-20 KHz. Beberapa merek mikrofon yang cukup banyak dipergunakan antara lain Sennheizer, Shure, AKG, dan Audio Technica.

Selain mikrofon, diperlukan juga input analog stereo line dari Cassette Player, CD Player, dan FM Tuner, serta audio dari telepon Hybrid yang berfungsi untuk jalur berkomunikasi dengan pendengar melalui telepon (PSTN) line.

Audio mixer mutlak diperlukan. Dengan kapasitas beberapa channel input yang berfungsi mengatur dan mencampur (mixing), masing-masing input audio tersebut kemudian diteruskan kepada output yang dikehendaki. Mixer dikenal sebagai jantung bagi suatu radio dalam melakukan pengolahan audionya. Semakin tinggi fiturnya, biasanya memiliki kemampuan, fasilitas, dan kualitas yang juga semakin tinggi. Banyak radio yang berlomba untuk menginvestasikan CAPEX-nya dalam memperoleh mixer dengan kualitas prima. Beberapa merek mixer yang cukup terkenal, antara lain Wheatstone, Soundcraft, Audix, Audionics, Sonifex, Mackie, dan Alesis. Telepon hybrid diperlukan sebagai interface antara telepon line dengan audio mixer, untuk keperluan wawancara jarak jauh. Biasanya, dilengkapi dengan line extender agar suara telepon yang biasanya hanya mampu meneruskan suara berfrekuensi tinggi (300 Hz-3.450 Hz) tetap dapat diperlebar (extended) sampai mampu menyalurkan suara lebih rendah (50 Hz- 3.150 Hz), sehingga kualitas suaranya pun lebih baik. Untuk produk yang lebih advance, biasanya dilengkapi dengan *automatic gain control*, *filtering*, *noise-gating*, dan *acoustic feedback reduction processor*. Di samping itu, diperlukan pula, paling tidak, dua unit speaker monitor yang dapat memonitor audio dari input mana yang dikehendaki sebelum dikirimkan ke studio transmisi. Headphone juga diperlukan untuk memonitor audio quality pada masing-masing channel mixer.

Untuk pengiriman materi dari studio OB Van ke studio transmisi, diperlukan sebuah Studio Transmitter Link (STL) yang berfungsi mengirimkan sinyal audio dari ruang studio (dalam OB Van) secara nirkabel. Selain nirkabel (wireless), ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengirimkan sinyal dari OB Van, antara lain melalui POTS (Plain Old Telephone Service) dengan kecepatan transfer data 52 kbps, DSL (Digital Subscriber Line), Wi-Fi (Wireless Fidelity 2.4 GHz), jaringan selular 3G, 4G, dan ada pula yang menggunakan jaringan satelit.

Ada beberapa perangkat seperti COMREX. Misalnya, yang menggunakan teknologi BRIC (Broadcast Reliable Internet Codec), yang memungkinkan pengiriman audio dan data secara optimal dari studio ke transmitter menggunakan jaringan berbasis IP. Kelebihan saluran berbasis IP ini adalah diperlukannya izin saluran transmisi radio banyaknya pilihan besar kecilnya bandwidth dipergunakan. Selain itu, saluran ini juga berkonsekuensi pada penghematan biaya operasional.

Di dalam stasiun radio juga diperlukan prosesor audio yang berfungsi untuk mengolah sinyal audio sedemikian rupa, sehingga dapat menghasilkan audio dengan kualitas yang dikehendaki. Prosesor audio biasanya dilengkapi dengan pengolah sinyal digital generasi terakhir (latest technology of digital sig processor/DSP), parametric equalizer, AGC yang sangat transparan, "Intelligent" program-*adaptive peak limiting* untuk mendapatkan *loudness* dan *brightness* yang optimum. Peralatan audio prosesor ini menjadi sangat penting. Dengan segala fasilitas yang tersedia, mampu memberikan "warna" dan "karakter" tertentu terhadap audio yang ada, sehingga audio yang dihasilkan akan memiliki identitas tertentu yang dapat langsung dikenal oleh telinga para pendengarnya.

Dengan bantuan prosesor audio inilah, "warna" dan "karakter" audio sebuah radio siaran menjadi berciri khusus sehingga mudah dikenali oleh pendengarnya. Beberapa merek prosesor audio yang sering digunakan, antara lain Orban, AudioProc, Aphex System, BW Broadcast, dan AEQ. Biasanya, diperlukan pula suatu fasilitas perangkat lunak, yaitu yang dapat dengan mudah menyimpan dan melakukan "play out" materi siaran, baik secara manual maupun automatic. Dapat pula dipergunakan untuk mengatur jadwal siaran secara otomatis (AV scheduler), yang dapat dioperasikan melalui PC workstation. Hal ini sangat memudahkan operator dalam bekerja. Data dalam bentuk WAV, MIDI files, dan format lainnya dapat disimpan di storage komputer, baik di ruang studio on air, ruang studio produksi, atau di mana pun dalam jaringan workstation/ethernet yang ada.

OB Van di Beberapa Negara

Di Indonesia, beberapa radio besar telah memiliki OB Van sejak sekitar tahun 1994 lalu, sebut saja Radio OZ 103,1 FM, Radio Ardan 105,9 FM, dan Radio Lita 90,9 FM, misalnya, yang menjadi salah satu pelopor penggunaan OB Van di kota Bandung. Juga, menyusul ada Radio Rase dan Auto Radio di kot yang sama. Beberapa radio di Jakarta juga mempunyai perangkat ini sebagai sarana pendukung produksinya seperti RRI dan beberapa radio besar lainnya. Di Yogyakarta, ada beberapa radio yang memiliki OB Van

yaitu Radio Unisi 104,5 FM, Megaswara 93,8 FM yang seakan-akan telah banyak terbantu dalam mencitrakan identitas radionya.

Di negara lain seperti Singapura, OB Van sering dipergunakan oleh MediaCorp untuk melakukan live event seperti live studio programmes, event-event olahraga, konser, peluncuran produk, karnaval, pidato, program-program edukasi, konferensi/seminar, dan siaran langsung untuk event-event marketing, dan corporate dari beberapa perusahaan. Begitu pula di Malaysia, Philipina, Jepang, dan beberapa negara lainnya.

Bahkan, di Eropa, OB Van banyak dipergunakan karena mudahnya memperoleh koneksi fiber optik di beberapa FO terminal yang terdapat di pinggir jalan-jalan protokol, di depan gedung-gedung perkantoran, dan di pusat keramaian lainnya. BBC, salah satu broadcaster terbesar di Inggris, memiliki belasan OB Van yang dapat melakukan kegiatan siaran langsung menggunakan jaringan yang beragam tergantung kebutuhan, seperti melalui wireless, IP, FO, dan Satelit.

CNN bahkan melengkapi sebagian OB Vannya dengan perangkat BGAN (Broadband Global Area Network) yang mampu mengirimkan suara, data, atau pun video melalui jaringan berbasis IP menggunakan jaringan Satelit INMARSAT. Perangkat ini juga dapat dipergunakan untuk rnengakses jaringan internet dunia via satelit. Dengan perangkat hanya sebesar notebook tersebut, dapat dipergunakan untuk melakukan pengiriman data dengan kecepatan transfer data mencapai 8 Mbps, tanpa batasan wilayah.

CNN juga dikenal sebagai jaringan penyiaran radio dan TV yang sangat cepat dalam menyiarkan berita-berita aktual dari dan ke seluruh penjuru dunia. Dukungan perangkat modern inilah yang membuat stasiun penyiaran sekelas CNN mampu mencitrakan dirinya sebagai jaringan penyiaran besar dan modern yang sangat dinantikan para pendengarnya di seluruh dunia.

Pencitraan

Di samping sekadar untuk mendukung kegiatan trnsmisi, OB Van biasanya juga dirancang untuk dapat mendukung produser dalam menciptakan materi siaran yang lebih berbobot dan bervariasi. Beberapa radio bahkan menempatkan posisi OB Van sebagai sarana mendongkrak image kepada masyarakat terhadap keberadaan radionya. Makna OB Van bagi sejumlah radio diposisikan sebagai ajang pendongkrak ikon prestige. Hanya insan radio berkeyakinan bahwa dengan fasilitas OB Van, image radio mereka akan ikut terangkat sebagai radio modern yang mengikuti

perkembangan zaman. Di samping pencitraan melalui isi dan kualitas siarannya, kekuatan daya jangkau transmisinya dan kepiawaian penyiar dalam membawakan acara siaran radionya juga diperhatikan.

OB Van biasanya dirancang untuk mendukung sebuah siaran dari luar studio, baik berupa siaran langsung maupun siaran yang hams diproduksi di luar studio. Saat ini, sejalan dengan perkembangan teknologi, telah semakin dipermudah untuk melakukan siaran langsung, dengan biaya yang jauh lebih murah dan peralatan yang lebih ringan. Banyak stasiun radio yang mampu melakukan siaran langsung, walaupun tidak menggunakan OB Van. Mulai dari menggunakan pemancar mini, menggunakan jaringan telepon/ handphone, bahkan dengan menggunakan IP Codex pun, saat ini kualitasnya sudah cukup layak digunakan untuk bersiaran langsung.

Namun, OB Van masih menjadi pilihan bagi beberapa radio di kota-kota besar. Sejak beberapa tahun lalu, terlihat beberapa radio yang aktif menjemput bola dengan datang ke sekolah-sekolah, mal, kawasan tempat rekreasi, dan lain-lain. Hal ini untuk memperoleh materi siaran berupa informasi, opini, dinamika kehidupan, dan kreativitas program siaran yang sangat interaktif dan diminati masyarakat.

Dengan dukungan OB Van, sebuah radio siaran memiliki kesempatan lebih untuk semakin dekat dan berinteraksi dengan pendengarnya. Di samping memperoleh variasi konten siaran yang semakin beragam, juga dapat membangun image positif dan mampu mencitrakan radionya sebagai radio modern yang akan berkorelasi positif untuk semakin disayang dan dirindukan para pendengarnya.

BAB 8

RADIO KINI DAN NANTI

Industri siaran radio di Indonesia masih tetap tumbuh seiring proses perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Lembaga penyiaran radio mulai melakukan inovasi siaran untuk mengantisipasi perubahan khalayak radio yang mulai menggunakan medium baru internet.

Penggunaan medium baru internet ini, tidak saja melalui personal computer, juga bisa diakses pada telepon seluler dengan berbagai operator. Khalayak media semakin cerdas untuk mencari hal-hal yang mereka butuhkan sesuai selera dan minat mereka, baik itu keperluan informasi, hiburan, pendidikan maupun periklanan. Oleh karena itu, lambat laun jika lembaga penyiaran radio tidak melengkapi layanannya pada medium baru internet ini, bukan tidak mungkin khalayak akan meninggalkan radio dengan semakin pudarnya pamor penerima radio analog melalui gelombang elektromagnetik.

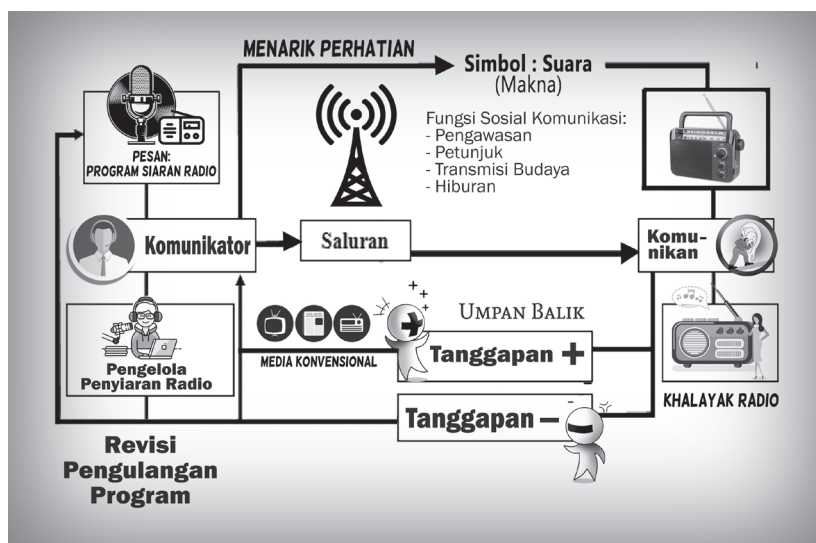
Sampai saat ini lembaga penyiaran radio terus mencari terobosan inovasi baik dari sisi pengembangan teknologi penyiaran maupun materi siarannya. Lembaga penyiaran radio mengantisipasi kehadiran internet dengan melakukan transformasi teknologi media untuk menumbuhkan minat khalayak mendengarkan radio dengan konvergensi media yaitu memadukan layanan kepada khalayak dengan duamedia, baik melalui media konvensional maupun internet.

Kehadiran fenomena medium internet telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam dunia penyiaran radio di Indonesia secara umum. Para pengelola lembaga penyiaran radio secara sadar mengantisipasi perubahan tersebut seiring dengan perkembangan teknologi penyiaran radio yang terjadi saat ini.

Hal ini bagi lembaga penyiaran radio dipandang sebagai peluang sekaligus tantangan baru. Selain layanan radio konvensional tersedia, tersedia pula file-sharing, podcasting, mengunduh, dan streaming audio, semua difasilitasi melalui media internet.

Saat ini pun sudah banyak lembaga penyiaran radio konvensional yang menawarkan alternatif baru yang lebih fleksibel untuk praktik-praktik media tradisional mendengarkan penyiaran radio. Dalam proses komunikasi siaran radio, lembaga penyiaran radio konvensional terjadi penambahan media yaitu internet.

Model proses komunikasi siaran media konvensional sebagai berikut:



Gambar 8.1. Proses Komunikasi Siaran Radio Media Konvensional

Dari gambar di atas, *Simbol (symbols)* adalah rangsangan yang dihasilkan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan. Mereka membawa makna pada kedua belah pihak. Namun, dalam penyiaran radio memiliki keterbatasan yaitu hanya simbol suara yang dapat digunakan. Walaupun hanya suara, radio dapat menggunakan kategori simbol tanpa gerakan yaitu dengan beragam musik dan bicara pada program siaran radio. Makna (meanings) tersebut adalah simbol tertentu dan merupakan tanggapan serupa antara komunikator dan komunikan dalam konteks yang serupa. Tanggapan perilaku tertentu yang ditimbulkan oleh simbol (*responses the specific behavior elicited*). Kadang-kadang perilaku tanggapan seperti itu sangat jelas diperlihatkan oleh komunikan penyiaran radio seperti ada sebuah komunikasi dalam gerakan, tersenyum, mengerutkan kening, atau bereaksi dengan cara yang dapat diamati oleh komunikator. Bagaimana pun, perilaku tanggapan, misalnya komunikan berpikir, membayangkan, atau merasa tanpa mewujudkan reaksi fisik. Yang jelas perilaku tanggapan dari komunikan berarti mereka menerima umpan simbol-simbol dari penyiaran radio. Umpan balik (*feedback*) memungkinkan komunikator untuk memastikan apakah simbol telah menimbulkan tanggapan dari komunikan atau pendengar.

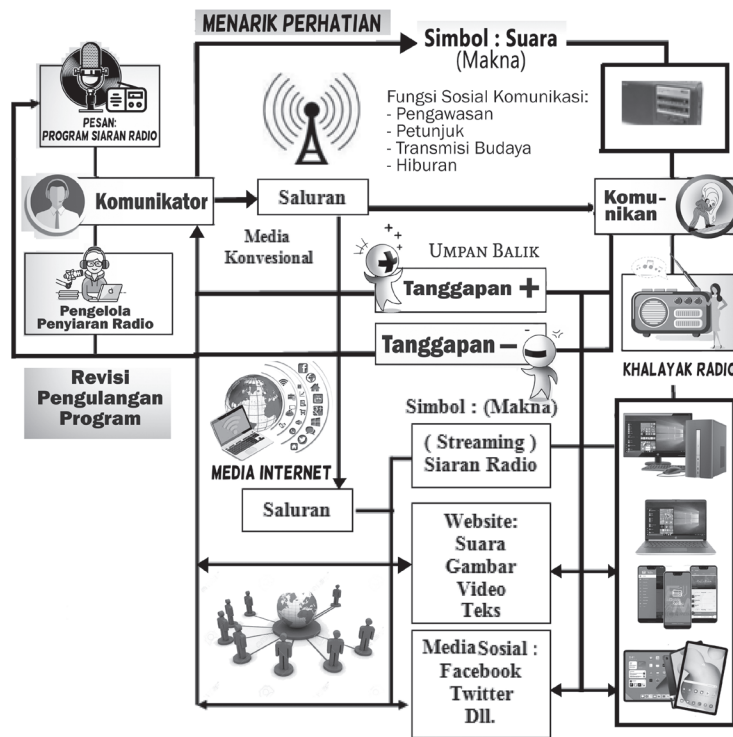
Hal ini juga dapat membantu komunikator mengetahui apakah sudah berbagi makna dari simbol-simbol yang digunakan dengan pendengar. Umpan balik memang agak sedikit sulit diperoleh dalam penyiaran radio karena komunikator atau lembaga penyiaran radio terpisah secara fisik dari khalayak. Perilaku tanggapan yang terbuka oleh khalayak biasanya tidak dapat diamati secara langsung oleh lembaga penyiaran. Sebaliknya, umpan balik kadang-kadang diperoleh dengan berbagai metode yang kompleks. Misalnya, dalam penelitian. Sebagai contoh, sebuah kelompok sampel kecil khalayak diminta untuk memberikan informasi tentang perilaku mereka sendiri, khususnya dalam hal penyiaran radio dan mereka benar-benar mendengarkan program radio yang disiarkan. Data tersebut akan sangat membantu lembaga penyiaran radio dalam menyimpulkan perilaku tanggapan dari khalayak tersebut terhadap program siaran lembaga penyiaran radio.

Pengelola Penyiaran Radio sebagai komunikator secara personal atau kelompok, cenderung membiarkan umpan balik untuk membantu menentukan kelangsungan program. Umpan balik positif, menunjukkan bahwa tujuan komunikator dalam program radio tersebut sudah berjalan baik sesuai tujuan program, dan hal ini bisa menjadi acuan kesuksesan program tersebut. Sedangkan umpan balik negatif bukan berarti bahwa tujuan program radio yang disiarkan mengalami kegagalan, justru umpan balik negatif tersebut bisa dijadikan acuan bahwa komunikator perlu untuk mencoba lagi dengan revisi atau pengulangan pemrograman.

Revisi akan melibatkan komunikator mencoba yang berbeda simbol untuk memperoleh respon yang diinginkan oleh lembaga penyiaran radio. Boleh jadi, akan memutuskan untuk memilih simbol-simbol yang memiliki redundansi tertentu. Redundansi adalah istilah yang dipergunakan untuk beberapa simbol yang berbeda dan bermakna umum, seperti sinonim. Kadang-kadang redundansi adalah sengaja dan tidak diinginkan. Pengulangan melibatkan komunikator mencoba simbol yang sama lagi setelah menerima umpan balik negatif. Teknik ini sering digunakan ketika komunikator mencurigai bahwa komunikan tidak menerima simbol. Penerimaan simbol merupakan aspek penting dari komunikasi. Menarik perhatian sangat signifikan dalam komunikasi penyiaran. seorang komunikator dapat menarik perhatian dalam beberapa cara dan dapat menyebabkan simbol memiliki intensitas stimulus yang tinggi. Intensitas stimulus yang rendah juga dapat menjadi menarik perhatian dalam situasi tertentu.

Menarik perhatian yang paling ampuh adalah simbol-simbol yang berfungsi sebagai pemicu psikologis. Orang-orang cenderung lebih cepat dan lebih dekat memperhatikan simbol-simbol kebutuhan dasar mereka. Kebutuhan dasar orang terdapat empat fungsi sosial komunikasi: **pengawasan, petunjuk, transmisi budaya, dan hiburan.** **Pengawasan** diterapkan untuk komunikasi laporan yang terjadi di lingkungan. Dalam siaran radio diwujudkan dalam jenis program informasi sebagai siaran berita. **Petunjuk** mengacu pada komunikasi memberikan nasihat atau arahan tentang langkah-langkah yang dilakukan komunikan sebagai reaksi terhadap kondisi lingkungan. Program siaran diskusi dan iklan layanan masyarakat cenderung menunjukkan fungsi ini. **Transmisi budaya** adalah menanamkan kepercayaan dan sikap seperti contohnya melalui program ceramah keagamaan dan pendidikan. Simbol yang digunakan untuk fungsi **hiburan** misalnya siaran musik atau lagu-lagu, program kuis.

Uraian proses komunikasi penyiaran radio konvensional di atas menimbulkan pertanyaan bagaimana komunikasi melalui media internet saat ini?



Gambar 8.2. Proses Komunikasi Siaran Integrasi Media Konvensional dan Internet

Hampir semua pengamat media mengatakan media penyiaran radio saat ini sedang mengalami perubahan besar karena kehadiran media internet. Namun, menurut penulis, penyiaran radio di Indonesia saat ini seperti halnya ketika teknologi penyiaran frekuensi AM eksis dan tiba-tiba tren *frecuency modulation* (FM) muncul sebagai teknologi baru pada era pertengahan tahun 80-an. Saat itu banyak lembaga penyiaran radio yang melakukan penyiaran dengan menggunakan dua frekuensi yaitu AM dan FM. Namun, pada akhirnya frekuensi AM ditutup karena khalayak sudah mulai terbiasa mendengarkan siaran pada frekuensi FM. Menurut peneliti, hal yang sama saat ini penyiaran radio sedang terjadi proses integrasi FM dengan internet karena FM-nya masih eksis.

Selama seratus tahun, dari pertengahan abad sembilan belas dan seterusnya, orang yang berpikir tentang komunikasi massa cenderung mengaitkannya dengan ukuran khalayak. Berbicara media massa selalu bicara khalayak yang banyak. Tapi apa pun perkembangan teknologi terjadi pada media konvensional walaupun mengalami tekanan karena kehadiran teknologi media baru internet, komunikasi media penyiaran radio tetap istimewa karena konten pesan komunikasi dibuat tetap menarik.

Pergeseran media dari media konvensional ke media baru dalam bentuk online telah membuat pola komunikasi berubah. Media online bisa membuat jarak yang jauh menjadi dekat dan tidak terhalang oleh waktu karena internet dapat diakses kapan saja selama dua puluh empat jam. Tidak heran apabila media baru banyak disukai oleh khalayak.

Saat ini di Indonesia khalayak yang mendengarkan penyiaran radio melalui internet secara khusus masih terlalu rendah jika dibandingkan dengan mendengarkan penyiaran radio melalui media konvensional. Khalayak masih sekedar iseng atau hanya sekedar ingin tahu ketika mengklik alamat radio streaming dan tidak bertahan lama untuk waktu mendengar walaupun jumlah pengguna internet di Indonesia terus bertambah. Oleh karena itu, hal ini merupakan tantangan tersendiri bagi lembaga penyiaran radio agar khalayak terbiasa mendengar radio melalui internet.

Pengamatan penulis dari pengguna internet memang sulit untuk mendapatkan data khalayak yang menghabiskan waktu mendengarkan radio melalui internet. Data yang ada lebih banyak menunjukkan bahwa pengguna internet menghabiskan waktunya melalui media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, atau *Instagram*, tetapi tidak jelas dari rata-rata untuk semua pengguna internet atau dari pengguna internet yang mendengarkan radio secara *online*.

Namun, fenomena menarik muncul, paling tidak dalam tiga tahun terakhir saat teknologi Over The Top (OTT) yang memanfaatkan medium internet juga dipicu pandemi Covid-19 berkepanjangan selama dua tahun, semakin menarik perhatian khalayak penyiaran, tak terkecuali radio.

Awalnya, istilah OTT ini hanya terbatas, mengacu pada pengiriman konten dan atau layanan, melalui infrastruktur yang tidak berada di bawah kontrol administratif dari penyedia konten atau penyedia layanannya, kini OTT telah mampu memanfaatkan perkembangan teknologi konvergensi, untuk pengiriman konten dan interaksi antar-berbagai platform yang berbeda dan terintegrasi, yaitu Broadcasting (penyiaran), Telecommunication (Telco), dan Information Technology (IT).

Konten yang dimaksud, pada awalnya hanya bersifat tambahan dan terbatas pada konten audio dan video (A/V), tetapi dalam perkembangannya kemampuannya menjadi jauh lebih luas, mencakup konten atau layanan dalam arti yang lebih umum, berupa setiap layanan yang tersedia di internet seperti informasi, berita, video, audio, informasi cuaca, dan konten real time lainnya yang masuk dalam kategori Big Data, yang mampu memberikan ketersediaan, keberagaman, dan keberlanjutan layanan bisnis OTT.

8.1 Over The Top (OTT), Radio Masa Depan?

Over The Top (OTT) adalah layanan dengan konten berupa data, informasi, dan multimedia yang berjalan melalui jaringan internet. Jaringan OTT biasanya menumpang di atas infrastruktur jaringan operator dengan biaya operasional yang sangat rendah.

Berkaitan dengan layanan OTT yang bisa diakses secara gratis maupun berbayar atau berlangganan, seperti yang dilansir www.kominfo.go.id, Direktur Jenderal Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika, Ismail, di Jakarta, Rabu (24/04/2019), menjelaskan ada tiga kelompok besar.

Pertama, layanan telekomunikasi yang tidak mempunyai jaringan, tetapi mampu melayani layaknya penyedia layanan telekomunikasi. Contohnya, aplikasi Whatsapp, Line, atau Telegram. Aplikasi tersebut tidak punya jaringan, tapi Anda bisa chatting, bisa kirim gambar dan video, bahkan bisa menelepon. Aplikasi ini layanannya mensubstitusi infrastruktur jaringan. Kedua, OTT yang menggunakan jaringan dan infrastruktur telekomunikasi mensubstitusi layanan broadcasting atau penyiaran. Misalnya, Youtube, TikTok, Netflix, Viu, iFlix yang menyediakan konten film dan video. Juga, Spotify, Svara karya anak bangsa yang lebih dominan memunculkan audio. Kemudian kelompok yang ketiga, layanan-layanan baru yang tumbuh pesat dengan memanfaatkan infrastruktur, hingga memberikan nilai tambah. Contohnya, ojek online yang tidak mau disebut perusahaan transportasi. Melainkan hanya perusahaan aplikasi yang mengoperasikan kendaraan milik mitra usahanya. Juga, Airbnb, sebagai perusahaan akomodasi besar dunia yang bahkan tidak punya satu kamar pun.

Mengacu ketiga kelompok di atas, kelompok kedua saat ini sudah menjadi bagian dari sebagian lembaga penyiaran radio saat mereka menggunakan YouTube sebagai media pendamping untuk menyalurkan konten siaran radio.

Bagi lembaga penyiaran radio, khususnya lembaga penyiaran swasta, pilihan menggunakan YouTube sebagai media pendamping tak lepas dari pamor YouTube itu sendiri. Paling tidak ada dua faktor yang jadi pertimbangan lebih memilih YouTube sebagai pendamping utama radio. Pertama, berdasarkan riset yang dilakukan Hootsuite dan We Are Social per Januari 2021, Senin (15/2/2021), pengguna internet berusia 16-24 tahun paling banyak menghabiskan waktunya menonton video online di perangkat mereka.

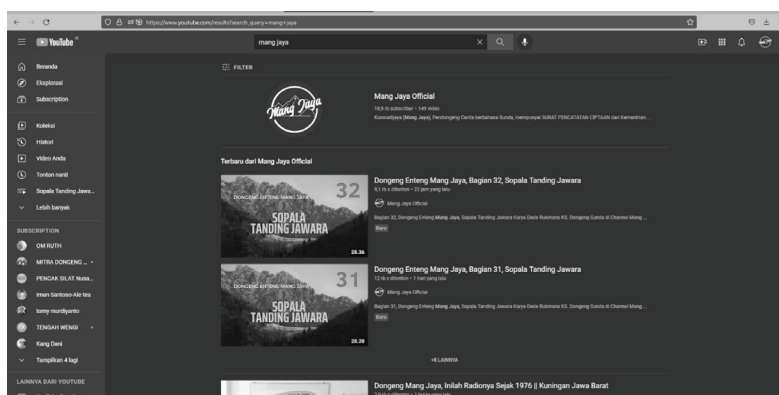
YouTube dinobatkan sebagai media sosial terpopuler untuk masyarakat Indonesia. YouTube berhasil menjangring 170 juta pengguna atau 93,8 persen dari total keseluruhan populasi 181,9 juta pengguna internet berusia 16-64 tahun.

Faktor kedua, hal menarik lain dari YouTube adalah bisa monetisasi (*monetize*) yang memungkinkan lembaga penyiaran radio (juga televisi yang lebih diuntungkan karena konten yang dibuat selalu berbentuk video) mendapat penghasilan secara reguler dengan cara “mendaurulang” konten siar radio yang ada atau membuat konten dengan kemasan baru khusus YouTube.

Untuk mendapatkan banyak uang dari YouTube, lembaga penyiaran radio, khususnya swasta harus melakukan monetisasi YouTube dan mendaftarkan AdSense. Akun yang telah dimonetisasi, bakal mendapatkan keuntungan yang besarnya dihitung dari jumlah penonton. Sementara uangnya didapat dari iklan-iklan yang dipasang di video tersebut. Sejak tahun 2019, YouTube telah melakukan perluasan penerimaan pundi-pundi akun yang dimonetisasi. Selain lewat iklan, juga lewat beberapa cara lain seperti menjadi mitra, merchandise, dan lain-lain.

Monetisasi Youtube adalah proses menghasilkan uang dari video-video YouTube yang diunggah dengan mengaktifkan fitur-fitur iklan di dalam video. Tapi tentu tidak bisa semua video bisa disisipkan iklan karena hanya yang terpopuler dengan cara tertentu saja yang bakal mendapatkan pemasukan monetisasi terbesar dari iklan di Youtube.

Saat ini, sejumlah radio bahkan sudah menjadikan YouTube sebagai pendamping lebih dari satu dasawarsa silam dan terus diikuti radio lainnya.



Gambar 8.2. Kanal YouTube Rasilima FM yang menyuguhkan Dongeng Mang Jaya sebagai konten unggulannya.

Misalnya, Rasilima FM (Radio Siaran Linggarjati Utama) Kuningan, Ardan Bandung, dan Radio Cakra Bandung adalah beberapa stasiun radio siaran yang aktif menampilkan konten siar dalam YouTube. Rasilima FM membuka kanal YouTube sejak 24 Jun 2021 dan telah memiliki 21 ribu subscriber (per Desember 2021) dengan menyajikan konten radio unggulan berupa Dongeng Mang Jaya. Ardan Radio Bandung bergabung dengan YouTube sejak 20 Jan 2014 dan kini telah memiliki sedikitnya 308.000 subscriber (per Desember 2021). Ardan Radio berhasil menarik perhatian pengguna YouTube dengan suguhan Nightmare Side. CAKRA905FM Bandung yang bergabung dengan YouTube sejak 15 Jun 2014 dengan jumlah subscriber 68.200 (per Desember 2021). CAKRA905FM menghadirkan dongeng Sunda Dora-Dori, Sinangling Asih Sumanding. Itu contoh beberapa radio di Jawa Barat.

Di Jakarta, radio Prambors, bahkan bergabung dengan YouTube sejak 4 Jan 2007 alias 15 tahun silam (per Januari 2022) dan saat ini sudah memiliki sedikitnya 156 ribu subscriber dengan menu kanal atau playlist seperti Music Invasion, Exclusive Interview. Radio gen 98,7 FM yang bergabung 30 September 2010 memiliki sedikitnya 115 ribu subscriber hadir dengan menu antara lain Genontrack dan Ini Normal Show.

Hal serupa juga dilakukan radio-radio lainnya di berbagai kota di seluruh Indonesia, tentunya dengan konten siar berbeda dan dianggap menjadi unggulan. Bahkan, RRI pun bergabung di YouTube dengan RRI NET OFFICIAL, pada 1 Agustus 2018. Tentunya, sebagai Lembaga Penyiaran Publik, kehadirannya lewat beragam menu playlist seperti Bincang Khusus, dan Seni Budaya di YouTube tanpa melakukan monetisasi.

8.2 Kemajuan Teknologi, Jangan Melupakan Prinsip

Memang betul bahwa kemajuan teknologi menyebabkan segala sesuatunya kini bisa dinikmati dari genggam tangan saja. Radio, televisi, koran, majalah, cinema, semua sudah bisa diakses melalui perangkat smartphone dan sejenisnya. Masalahnya, sekarang tinggal apakah “sensasi rasa” dalam menikmati konten radio, televisi, koran, majalah, cinema melalui genggam tangan itu lebih baik/sama/ lebih buruk, daripada ketika menikmati konten tersebut secara konvensional?

Hal inilah yang senantiasa diingatkan pakar komunikasi sekaligus praktisi penyiaran senior Andy Rustam seperti yang dituangkan dalam tulisannya yang bertajuk “Kemajuan Teknologi, Jangan Melupakan Prinsip” dalam buku *Radio is Sound Only*, Broadcastmagz Publisher, 2013.

Kehadiran sarana seperti iPad, mp4, iPhone, dan smartphone berbasis android, sejatinya memang untuk mempermudah akses terhadap konten. Tetapi bagaimana kualitas interaksi antara konten tersebut dengan pendengar/pembaca/pemirsa/penonton, tentu saja tidak serta merta menjadi lebih baik.

Sensasi yang dirasakan ketika masuk ke dalam ruangan bioskop yang gelap dan kemudian menonton tayangan film di layar lebar, dengan *sound system* yang menggelegar, tentu tidak bisa kita peroleh ketika menonton film yang sama melalui iPad di dalam sebuah taksi.

Menurut teori ilmu komunikasi memang media sangat berperan penting untuk mengalirkan pesan dari komunikator. Namun yang sering terlupakan, bagaimana pesan tersebut harus dikemas dan disampaikan, agar cocok dengan karakter medianya sehingga bisa efektif menghasilkan respon dari si komunikan.

Untuk itulah perlu yang namanya modifikasi konten. Konten dihadirkan dalam kemasan baru dalam kondisi kekinian.

Rekaman asli lagu-lagu The Beatles yang dibuat pada tahun 1960-an, direkam dengan teknologi “monophonic” dan teknik rekamannya pun masih sangat sederhana. Sekarang ini, rekaman lagu The Beatles diproses ulang, *digitalize remastered*, sehingga kualitas rekamannya bisa dinikmati oleh telinga-telinga modern dengan nyaman, secara stereo-phonic atau surround, baik melalui CD dan DVD. Inilah salah satu contoh modifikasi

konten demi penyesuaian dengan media-media modern yang boleh jadi bakal mengemas rekaman tersebut menjadi file audio dengan kualitas terbaik saat ini.

Hal yang perlu disadari menurut Andy, bahwa sebenarnya setiap konten yang niat awalnya dibuat untuk disalurkan melalui sebuah media tertentu, tidak bisa begitu saja disalurkan melalui media lain tanpa melalui proses modifikasi (agar konten tersebut tetap dapat dinikmati sebagaimana seharusnya). Artinya, agar pesan dalam konten tersebut dapat tetap terkomunikasikan dengan baik, tanpa berkurang efektivitasnya, walaupun media yang digunakan sudah berbeda.

Tentunya, apa yang telah dilakukan sejumlah radio dengan menghadirkan konten siar dalam YouTube boleh jadi sebagai contoh bagaimana radio memodifikasi konten untuk media baru.

Dengan terus berkembangnya kemajuan teknologi, maka akan semakin banyaklah kemunculan media-media baru. Tetapi perlu diingat, menurut Andy Rustam, apa pun media-media modern tersebut, tetap saja itu semua hanyalah sarana untuk si komunikasikan mengakses konten. Yang terpenting tentulah konten dan pesan yang terkandung di dalamnya. Kalau kita seorang komunikator, seharusnya kita berpikir, melalui media apa pesan tersebut akan disalurkan, maka konten haruslah dibuat dan dimodifikasi sesuai karakter medianya, yaitu sesuai dengan cara bagaimana komunikasikan menggunakan media tersebut.

GLOSSARY

ABC (American Broadcasting Company). Dibentuk tahun 1943. ABC merupakan stasiun televisi dan radio Amerika Serikat. ABC juga menyediakan berita di internet. Layanan televisi ini tersedia di Amerika Serikat, Kanada, Meksiko, dan Karibia, satu dari tiga jaringan televisi utama di Amerika.

ABU (The Asia-Pacific Broadcasting Union). Asosiasi profesional lembaga penyiaran non-profit yang dibentuk pada tahun 1964, beranggotakan 200 lembaga di 57 negara dan wilayah, menjangkau audien potensial sekitar 3 miliar orang. ABU berperan membantu perkembangan penyiaran di wilayah Asia-Pasifik dan untuk mempromosikan kepentingan kolektif para anggotanya. ABU meliputi wilayah yang membentang dari Turki di barat hingga ke Samoa di timur, dan dari Rusia di utara hingga ke Selandia Baru di selatan. Sekretariatnya terletak di Angkasapuri, Kuala Lumpur, Malaysia.

A.C. Nielsens. Lembaga penelitian bertaraf internasional yang dilakukan oleh *Nielsens Media Research*, menyediakan jasa penelitian khalayak penonton TV dan pendengar radio secara nasional dan regional. Lembaga penelitian media ini dikembangkan oleh Arthur Nielsen, berawal dari analisis pasar pada tahun 1920-an, kemudian berkembang menjadi analisis pasar iklan radio pada tahun 1930. Baru pada tahun 1950-an melakukan penelitian khalayak penonton TV.

Account executive. Anggota dari suatu agen periklanan yang bertindak sebagai penghubung antara stasiun televisi dengan sponsor.

Acoustics 1. Ilmu tentang suara, termasuk juga bagaimana cara membuat, mengirim, dan akibat-akibat yang ditimbulkan oleh suara tersebut. Tentu saja di sini dipelajari ilmu-ilmu tentang mutu dari perekaman suara dan cara-cara mereproduksinya kembali.

2. Keadaan suara dari suatu ruangan, panggung/studio rekaman, auditorium atau benda-benda lain seperti tirai, keadaan dekorasi, dan lain-lain yang mempengaruhi kualitas suara.

Acros the mike. Berbicara atau bertingkah laku di depan mikrofon dengan arah bersilangan dengan arah medan penerimaan suara mikrofon. Ini merupakan suatu teknik untuk mengurangi bunyi desis yang mengganggu atau nada-nada frekuensi tinggi yang mengganggu.

Ad lib. Berasal dari bahasa latin “ad libitum” yang artinya “bagaimana enaknyanya saja”. Improvisasi dari suatu adegan pengambilan gambar yang tidak dipersiapkan terlebih dulu secara terperinci/tertulis di atas kertas. Di bidang musik berarti menambahkan nada-nada tertentu yang tidak tertulis di dalam partitur. Dalam dunia radio (**Ad lib/s**) berarti iklan radio berupa teks tertulis yang dibacakan dan boleh diimprovisasi oleh penyiar.

Advertising agency. Perusahaan independen yang mempersiapkan iklan untuk pelanggannya, yang biasanya tidak merupakan saingan dengan pelanggan lain.

Air. Kata benda yang berarti penyiaran.

Air date. Hari ketika suatu acara tertentu akan disiarkan.

Air gap. Jarak celah antara dua elemen logam pada suatu head alat perekam magnetis atau pemutar kembali. (magnetic recording or playback head).

Air quality. Materi acara radio atau televisi yang dibuat sesuai dengan standar teknis penyiaran.

Air waves. 1. Medium pembawa gelombang elektromagnetis pada penyiaran radio atau televisi. 2. Media penyiaran itu sendiri.

AM Broadcasting. Proses penyiaran radio dengan menggunakan modulasi AM (*Amplitude Modulation/Modulasi Amplitudo*).

Ambient sound. Suara yang mengganggu, gaung atau suara atmosfer disekeliling kita yang melatarbelakangi suara utama.

Amplifier. Peralatan elektronis yang digunakan untuk memperkuat daya, tegangan suatu sinyal elektronis.

Amplitude modulation (AM). Modulasi dari suatu gelombang pembawa dengan cara-cara mempengaruhi amplitudo gelombang pembawa

dengan amplitudo sinyal modulasi (informasi yang dipancarkan). Lihat **FREQUENCY MODULATION**. Pada sistem modulasi AM amplitudo gelombang pembawa (*carrier*) dipengaruhi informasi yang dipancarkan (gelombang sinus), sementara untuk sistem, modulasi Frekuensi (FM) frekuensi gelombang pembawa dipengaruhi oleh amplitudo informasi yang dipancarkan. Sistem modulasi AM ini ditemukan oleh teknisi elektronika Kanada **Reginald Aubrey Fessenden** (6 Oktober 1866 – 22 Juli 1932).

Amplitudo. Besar suatu sinyal listrik dalam satuan volts. Harga puncak dari suatu bentuk gelombang.

Analog. Kata analog berasal dari bahasa Yunani, "*ana*" yang berarti sesuai dengan dan "*logos*" yang berarti "hubungan dengan". Sinyal listrik atau hasil-hasil keluaran (*output*) lainnya yang berubah secara terus menerus (*continuously*), yang sebanding dengan parameter-parameter sinyal yang diwakilinya. Contoh: Sinyal analog audio adalah sinyal listrik yang levelnya berubah-ubah sesuai dengan amplitudo suara.

Analog to digital converter. Unit peralatan yang dibuat untuk mengubah sistem transmisi analog ke system transmisi digital.

Android. Sistem operasi untuk telepon seluler yang berbasis Linux. Android menyediakan platform terbuka bagi para pengembang untuk menciptakan aplikasi mereka sendiri untuk digunakan oleh bermacam peranti bergerak. Awalnya, Google Inc. membeli Android Inc., pendatang baru yang membuat peranti lunak untuk ponsel. Kemudian untuk mengembangkan Android, dibentuklah Open Handset Alliance, konsorsium dari 34 perusahaan peranti keras, peranti lunak, dan telekomunikasi, termasuk Google, HTC, Intel, Motorola, Qualcomm, T-Mobile, dan Nvidia.

Anechoic chamber. Ruang yang kedap suara digunakan untuk menguji sifat-sifat akustik. Selain untuk suara (akustik) terdapat juga, ruang bebas gema untuk pengukuran frekuensi tinggi.

Announce booth. Bilik kecil kedap suara dilengkapi dengan panggung kecil atau dekorasi digunakan untuk rekaman penyiar tunggal (penyiar berita, penyiar kontinuitas, dan lain-lain).

Announcer. Tokoh orang (bisa pria atau wanita) yang dididik untuk membaca berita, majalah berita udara pada suatu siaran radio, pemberitahuan/pengumuman yang dikeluarkan oleh suatu stasiun penyiaran atau program acara yang akan disiarkan. Announcer ini biasa disingkat dengan ANNCR.

Audience research. Cara pengumpulan data/informasi di bidang penyiaran untuk maksud-maksud tertentu, termasuk:

1. Untuk membantu keberhasilan stasiun penyiaran di dalam menyampaikan maksud-maksud dan/atau kepentingan tertentu yang bersifat politis;
2. Untuk memperoleh umpan balik yang mengevaluasi suatu jenis mata acara atau penampilan seseorang/beberapa orang melalui media penyiaran; dan
3. Di bidang penyiaran acara komersial, untuk mengetahui waktu yang paling tepat bagi penyiaran iklan. Masalah audience research ini berkenaan dengan kemampuan dan kenyataan penonton/pendengar suatu acara televisi/radio, antara lain hal-hal yang berkenaan dengan beberapa parameter seperti jumlah penonton/pendengar, sifat-sifat penonton/pendengar (jenis kelamin, usia, suku bangsa, status, dsb.), hal-hal yang disenangi tentang suatu acara televisi/radio, sikap penonton/pendengar (pendapat/kepercayaan terhadap kebenaran suatu program acara televisi/radio), dan hal terakhir yang tidak boleh dilupakan ialah tentang mutu penerima siaran dari suatu stasiun penyiaran.

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa sistem penelitian, seperti:

1. Menghitung jumlah penerima yang menerima acara televisi atau acara radio tertentu.
2. Menganalisis tanggapan penonton/pendengar melalui surat-surat yang diterima oleh suatu stasiun penyiaran.
3. Menggunakan metode sampling, yaitu dengan cara :

- a. menelpon penonton/pendengar, mengunjungi dan mewawancarai penonton/pendengar di rumah-rumah.
- b. menggunakan alat pengumpul data secara mekanis, yaitu dengan memasang alat khusus pada pesawat penerima yang dapat mencatat kapan pesawat penerima tadi dihidupkan dan dimatikan, saluran berapa siaran yang dipilih.
- c. menggunakan cara buku harian, yaitu dengan cara mengajak penonton/pendengar acara televisi/radio untuk selalu mencatat kebiasaan mereka di dalam melihat acara televisi mendengarkan acara radio); atau
- d. mengirimkan seluruh daftar pertanyaan kepada responden melalui pos, kemudian mewawancarainya secara langsung di kemudian hari.

- Audio.**
1. Merujuk pada atau hal-hal yang berhubungan dengan suara.
 2. Suara termasuk diantaranya dialog, musik, narasi dan suara efek khusus (*sound efect*).
 3. Alat atau komponen yang digunakan untuk mereproduksi suara, seperti rangkaian pada pesawat penerima.
 4. Batas-batas spektrum frekuensi atau sinyal suara yang dapat didengar telinga manusia.

Audio frequency. Biasanya merupakan gelombang suara yang bisa didengar (antara 15 Hz hingga 20.000 Hz).

Standar frekuensi untuk nada rendah (bass) adalah 0~60 Hz, nada rendah menengah (mid bass)

60~240 Hz, nada menengah (mid range) 240~1.000 Hz, nada menengah tinggi (mid treble) 1.000 ~ 3.500 Hz, dan nada tinggi (treble) 3.500~10.000 Hz.

Audio level. Amplitude suatu sinyal audio. Semakin besar amplitudo suatu sinyal audio, maka semakin keras pula suara yang terdengar.

Audio track. Daerah tertentu pada pita audio atau video yang membawa informasi suara. Pada mesin multitrack, pita audio berisi beberapa suara yang direkam pada beberapa audio track (jalur audio) terpisah.

Audiophile. Berasal dari Bahasa Latin, yaitu “audio” yang artinya mendengar dan “philog” yang artinya menggemari. Seorang audiophile adalah orang yang selalu mencari hasil reproduksi rekaman suara dengan menggunakan peralatan audio yang berkualitas tinggi. Alat yang digunakan meliputi pemutar rekaman suara, pre-amplifier, equalizer, amplifier, loudspeaker/headphone kualitas tinggi, yang didengarkan di ruangan khusus dengan dinding akustik sebagaimana di studio rekaman,.

Balance (audio).

1. Penempatan sumber-sumber suara pada suatu program acara radio/televisi dalam hubungan antara masing-masing sumber suara dengan mikrofon, untuk mempengaruhi gaya suara (tonal) dan perspektif suara.
2. *Sound balance* dapat juga berarti perbandingan relatif antara amplitude komponen-komponen suara yang digabungkan menjadi satu hingga membentuk suatu program acara radio/televisi. Komponen-komponen suara dapat berupa dialog dengan musik latar belakang (pengiring), penyanyi tunggal dengan paduan suara atau beberapa alat musik yang tergabung pada kelompok musik atau orkestra.
3. Susunan pemusik, suara, dan loudspeaker sedemikian rupa sehingga dihasilkan kesan suasana seperti di tempat kejadian berlangsungnya acara musik tadi dengan jelas di telinga pendengar/penonton. Suara yang keluar dari loudspeaker diharapkan menghasilkan efek reproduksi yang wajar dan asli.

Bandwidth.

1. Daerah lebar frekuensi yang diperlukan untuk memancarkan sinyal audio dan/atau televisi (video).
2. Kapasitas transmisi dari sambungan elektronik seperti jaringan komunikasi, bus komputer, dan kanal komputer. Biasa dilambangkan dengan *bit per second* atau Hertz. Jika ditulis dalam Hertz, maka bilangannya menjadi lebih besar dibanding jika dituliskan dalam *bit per second*.

Bluetooth. Teknologi antarmuka radio yang bekerja pada gelombang 2,45 GHz. Merupakan hasil kerja bareng Nokia dan Ericson, yang melakukan penggabungan antara *mobile computing* dan *mobile communication*. Nama bluetooth sendiri diambil dari nama Raja Viking (Denmark), Harald Blatand (Bluetooth), yang dalam lidah orang Inggris disebut Harold Bluetooth. Menurut ceritera, si raja *doyan* makan blueberry, sehingga giginya berwarna biru.

Boomy. Di bidang Audio berarti salah satu bentuk gangguan (*Distorsi*) suara yang ditandai- dengan terjadinya resonansi pada batas bawah dari suatu daerah frekuensi rendah audio, sehingga nada-nada rendah akan kedengaran lebih keras dan lebih lama dari suara aslinya.

Booster. Stasiun pengulang atau penghubung yang menerima sinyal penyiaran radio atau televisi, kemudian memperkuat dan memancarkannya kembali pada frekuensi yang berbeda.

British Broadcasting Corporation (BBC). Stasiun penyiaran publik di Inggris. Dibentuk pada tahun 1927, merupakan stasiun penyiaran radio, televisi Britania Raya, yang juga menyediakan berita di internet. Layanan televisi BBC di Britania antara lain adalah BBC One, BBC Two, BBC Three, BBC Four, saluran berita BBC News, dan dua saluran anak-anak, CBBC Channel serta CBeebies. BBC One dan Two bisa diterima dengan transmisi analog sedangkan sisanya digital. BBC juga mengelola sebuah stasiun yang dikhususkan untuk politik, BBC Parliament, yang menyajikan berita Parlemen Britania, Skotlandia, Parlemen Eropa serta Senat Amerika Serikat. Operasi BBC dijalankan oleh BBC Worldwide termasuk saluran televisi internasionalnya seperti BBC World News, BBC Prime, BBC America, BBC Canada dan BBC Japan.

Broadband.

1. Istilah yang mengacu pada kapasitas lebar-jalur (*bandwidth*) tinggi. Broadband memiliki kapasitas multi-kanal yang lebih besar dari atau sama dengan 45 Mbps (standar AS) atau 34 Mbps (standar internasional /Eropa).
2. Informasi kapasitas atau *bandwidth* (lebar pita) dalam sebuah kanal komunikasi. Broadband dalam komunikasi digital umumnya dimaksudkan untuk bandwidth yang lebih tinggi/ lebar dari 2 MB per detik.

Broadcast quality. Istilah yang digunakan untuk menyatakan suatu alat atau program acara yang telah memenuhi persyaratan-persyaratan teknis yang telah ditetapkan oleh suatu standar untuk penyiaran terbuka.

Broadcaster. Badan, perusahaan atau perorangan yang secara sah diizinkan untuk mengelola suatu stasiun penyiaran.

Broadcasting. Pemancaran dari setiap bentuk komunikasi radio secara elektrik melalui gelombang-gelombang elektromagnetis yang dimaksudkan untuk diterima massa (umum) baik secara langsung maupun melalui stasiun perantara atau stasiun penghubung.

DAB (*Digital Audio Broadcasting*). Standar radio digital yang mengacu pada teknologi yang berasal dari Eropa. Teknologi DAB yang juga dikenal dengan *Eureka 147* telah dikembangkan sejak awal tahun 1980-an. Diadopsi pertama kali oleh beberapa negara di Eropa, saat ini sudah diadopsi oleh lebih dari 40 negara di dunia. Teknologi berbasis *MPEG-1 Audio Layer II audio codec* ini dikembangkan dan dikoordinasikan oleh *WorldDMB*. Pada November tahun 2006 dikembangkan teknologi DAB+ yang lebih sempurna yang berbasis *HE-AACv2 audio codec*, yang juga dikenal sebagai *eAAC+*. Dilengkapi dengan *MPEG Surround format*, dan memiliki *error correction coding* yang lebih kuat bernama *Reed-Solomon coding*. Teknologi DAB dapat bekerja pada frekuensi Band III VHF (*Very High Frequency*) 174-216 MHz yang saat ini digunakan oleh siaran TVRI.

Decible atau dB.

1. Satuan untuk mengukur besaran suara, yaitu sepersepuluh BEL (Disingkat dB.).
2. Satuan untuk mengukur penguatan ataupun peredaman suatu rangkaian elektronis (misalnya suatu penguatan atau *damping*).
3. Pengukuran logaritmis, yang biasanya digunakan di televisi, audio untuk mengukur kepekaan dan intensitas relatif dari suatu peralatan. Pertama kali sistem ini digunakan untuk menyatakan tekanan suara (*sound pressure*) dan kemudian diwariskan penggunaannya di bidang elektronika audio dan video. Misalnya kamera televisi, pada suatu kamera televisi mempunyai *Signal to noise ratio* 53 dB.

Demodulation.

1. Metode untuk mengekstraksi informasi digital yang disimpan dalam pola tertentu (yang telah termodulasi) pada sinyal frekuensi radio (RF).
2. Proses memisahkan sinyal informasi dari sinyal/gelombang pembawa yang telah dimodulasi.

Digital. Istilah untuk menggambarkan setiap sistem binari penyandian suatu sinyal (*signal encoding*). Di bidang elektronika, untuk menyatakan setiap perubahan sinyal yang dibuat dalam rangkaian harga-harga binari yang mempunyai ciri tersendiri, yang dinyatakan dalam harga-harga 1 dan 0, dan direkam sebagai susunan pulsa-pulsa positif dan negatif untuk menyatakan harga-harga 1 dan 0 tadi. Juga pada setiap peralatan yang menggunakan rangkaian digital atau logic.

Digital radio.

1. Sinyal audio analog dikonversi digital, dikompresi menggunakan format seperti mp2, dan ditransmisikan menggunakan skema modulasi digital. Tujuannya adalah untuk meningkatkan jumlah program radio dalam spektrum yang diberikan, meningkatkan kualitas audio, menghilangkan masalah audio yang memudar saat bergerak, memungkinkan layanan datacasting tambahan, dan untuk mengurangi daya transmisi atau jumlah pemancar yang diperlukan untuk menjangkau sebuah wilayah. Pada 2012, ada empat sistem radio digital nirkabel yang diakui oleh (ITU-International Telecommunication Union). Sistem tersebut adalah sistem penyiaran audio digital DAB dan DRM (Digital Radio Mondiale) (Eropa), ISDB-T (Jepang), dan HD-Radio atau IBOC (AS).
2. Teknologi transmisi digital nirkabel, yaitu microwave dan standar frekuensi radio komunikasi yang memungkinkan sinyal informasi analog serta data digital dibawa oleh sinyal digital, dengan menggunakan metode modulasi digital.

Digital transmission. Pengiriman fisik data melalui sebuah kanal *point-to-point* atau *point-to-multipoint*, bisa berupa gelombang elektromagnetis, kabel tembaga dan cahaya (infra merah atau laser) secara digital. Setelah dikirim ke tujuan/penerima, data tersebut dapat disimpan kedalam media penyimpanan.

DMB (*Digital Multimedia Broadcasting*). Teknologi transmisi radio digital yang dikembangkan di Korea Selatan. Teknologi ini merupakan proyek IT nasional yang bertujuan mengirimkan konten multimedia seperti TV, radio, dan data ke perangkat bergerak seperti ponsel dan PDA phone. Teknologi ini sering disebut sebagai ponsel TV karena teknologi ini mendukung munculnya siaran TV di telepon seluler. DMB juga dikembangkan sebagai teknologi digital untuk menggantikan radio FM. Standar ini menggunakan MPEG-4 part 10 (H.264) untuk pemrosesan Video dan MPEG-4 part 3 BSAC atau HE-AAC V2 untuk pemrosesan audionya. Audio dan video kemudian di-*encapsulate* pada MPEG-2 Transport Stream (TS). DMB yang mengantongi standar ETSI (TS 102 427 dan TS 102 428) ini menggunakan modulasi OFDM-DQPSK untuk meminimalisasi gangguan *fading* dan *shadowing* (gambar berbayang). Berdasarkan uji coba di Korea Selatan, teknologi ini mampu diaplikasikan di kendaraan dan masih mampu mengirimkan sinyal TV dan radio tanpa gangguan, walau disiarkan dalam kecepatan sekitar 120km/jam. DMB dapat beroperasi melalui satelit (S-DMB) dan melalui terrestrial transmitter (T-DMB).

DRM (Digital Radio Mondiale). Seperangkat teknologi penyiaran audio digital yang dirancang oleh konsorsium Radio France Internationale, TéléDiffusion de France, BBC World Service, Deutsche Welle, Voice of America, Telefunken (sekarang-Transradio), dan Thomcast (sekarang-Technicolor SA) untuk bekerja pada band yang digunakan penyiaran AM. DRM dapat memberikan kualitas suara sebanding FM pada frekuensi di bawah 30 MHz dan menggunakan codec MPEG-4.

DRM +. Pengembangan teknologi oleh konsorsium DRM sejak Maret 2005 dengan menggunakan band VHF hingga 108 MHz.

DRM (Digital Right Management). Terminologi yang merujuk pada sejumlah teknologi yang digunakan penerbit atau pemilik hak cipta untuk melakukan akses kontrol pada penggunaan data digital atau perangkat keras. Kurang lebih mirip dengan perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI).

Echo.

1. Pengulangan suara yang sama yang terdengar setelah selang beberapa waktu kemudian. Salah satu penyebabnya adalah pantulan dari gelombang-gelombang suara yang mengenai benda-benda pemantul suara lebih dari satu kali, sehingga sumber suara tadi dapat terdengar beberapa kali. Di dalam bahasa Indonesia Echo ini disebut dengan istilah GEMA.
2. Efek reverberation (gaung) yang ditimbulkan secara elektronis. Lihat **Reverberation**.

Facebook. Situs jejaring sosial/networking yang memungkinkan penggunanya dapat berinteraksi sosial dan berbagi informasi di seluruh dunia. Berkantor pusat di Menlo Park, California, Amerika Serikat, Facebook yang didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama teman sekamarnya dan sesama mahasiswa Universitas Harvard, Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz, dan Chris Hughes, diluncurkan pada bulan Februari 2004. Hingga September 2012, Facebook memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif

FCC (Federal Communication Commission). Lembaga independen yang mengatur telekomunikasi (termasuk penyiaran radio dan televisi) di Amerika Serikat.

FDR (Forum Diskusi Radio). Ajang informasi antara profesi dan aktivitas penyiaran radio (diskusi dan tukar informasi) bagi para pemilik, praktisi, pendengar, narasumber, pemasang iklan, dan pengamat radio siaran. FDR Indonesia berdiri 17 November 2007 dan beranggotakan lebih dari 3.000 personal.

Frequency Digunakan untuk menyatakan jumlah periode penuh dari getaran atau bentuk gelombang yang terjadi dalam satu detik. *Frequency* (frekuensi) ini dinyatakan dalam satuan *Hertz* atau *Cycles per second* (periode per detik). Misalnya, frekuensi radio.

Frequency Modulation. Mengirim informasi frekuensi rendah dengan mengubah frekuensi gelombang radio tadi/*carrier* (tanpa mempengaruhi amplitudonya) sesuai dengan perubahan amplitude sinyal. Semakin besar perubahan amplitude sinyal, semakin besar pula perubahan frekuensi gelombang radio tadi. Frekuensi Modulasi

ditemukan oleh seorang insinyur listrik Amerika Serikat Edwin Howard Armstrong (1890–1954).

I Boc (In-band on-channel). Teknologi radio digital yang bekerja dengan menggabungkan sinyal audio analog dengan sinyal audio digital agar diperoleh kompatibilitas antara penyiaran radio analog dengan penyiaran radio digital, baik pada radio AM maupun FM. Sistem penyiaran radio digital IBOC yang juga disebut sebagai “HD-Radio” dikembangkan oleh iBiquity Radio dan secara resmi telah ditentukan sebagai sistem penyiaran radio digital di Amerika Serikat.

ITU (international telecommunication union). Organisasi internasional yang didirikan untuk membakukan dan meregulasi telekomunikasi dan radio internasional. ITU didirikan sebagai International Telegraph Union di Paris pada tanggal 17 Mei 1865. Tujuan utamanya meliputi standarisasi, pengalokasian spektrum radio, dan mengorganisasikan perjanjian rangkaian interkoneksi antara negara-negara berbeda untuk memungkinkan panggilan telepon internasional. Fungsinya bagi telekomunikasi hampir sama dengan fungsi UPU bagi layanan pos. ITU merupakan salah satu agensi khusus PBB, yang bemarkas di Jenewa, Switzerland, di samping gedung utama kampus PBB.

Microphone. Alat yang dapat mengubah gelombang-gelombang tekanan udara yang terdapat pada suara menjadi perubahan arus atau tegangan listrik, digunakan untuk rekaman atau memancarkan suara. Biasanya disebut sebagai *mic* atau *mike*.

Bi directional microphone. Salah satu jenis mikrofon yang dapat menerima suara yang berasal dari dua arah yang saling berlawanan dengan kepekaan yang sama atau hampir sama.

Carbon microphone. Jenis mikrofon yang cara kerjanya berdasarkan perubahan-perubahan tahanan dari tumpukan butir-butir arang karena pengaruh perubahan gelombang suara.

Cardioid microphone. Jenis mikrofon yang mempunyai pola kepekaan suara yang berbentuk jantung.

Condenser microphone. Jenis mikrofon yang menggunakan diafragma yang membentuk satu penghantar dari kondensator yang kapasitasnya berubah-ubah sesuai dengan perubahan gelombang-

gelombang suara yang mengenai diafragma mikrofon tadi. Perubahan reaktansi kapasitif ini mengakibatkan terjadinya perubahan arus yang dikeluarkan sebagai sinyal suara (sinyal audio).

Crystal microphone. Salah satu jenis mikrofon yang prinsip kerjanya berdasarkan pada prinsip-prinsip bahan kristal tertentu yang dapat menghasilkan muatan-muatan listrik pada bidang permukaan tertentu bila mengalami tekanan mekanis yang berasal dari gelombang suara. Jenis mikrofon ini harganya murah dan mutunypun juga tidak begitu jelek bila menggunakan bahan "*Rochelle Salt Bimorph Crystal*". Tersedia pula bentuk miniatur, dan dari jenis mikrofon ini, cocok sekali digunakan sebagai *lapel button microphone* (mikrofon kecil seperti kancing baju). Disingkat *Xtal Mic*.

Directional microphone. Jenis mikrofon yang kepekaannya berbeda-beda sesuai dengan arah sumber suara.

Dynamic microphone. Jenis mikrofon yang menggunakan kumparan bergerak (*moving coil*) dan merupakan jenis mikrofon yang kokoh, yaitu mikrofon yang bila terkena perubahan tekanan udara akan menyebabkan diafragma bergetar. Dan pada diafragma tadi dilekatkan kumparan atau kawat kecil. Jenis mikrofon ini cenderung sebagai *directional microphone* untuk frekuensi-frekuensi tinggi dan tetap *non directional microphone* untuk frekuensi-frekuensi rendah.

Electromagnetic microphone. Jenis mikrofon yang didasarkan atas prinsip-prinsip kerja elektromagnetis; jenis mikrofon dinamik atau *moving coil*.

Gun microphone. Jenis mikrofon yang kepekaan suaranya sangat terarah ke satu jurusan saja. Disebut *gun microphone* karena bentuknya yang panjang seperti senjata (bedil).

Lapel Microphone. Mikrofon kecil yang dapat dipasang pada kelepak jas (*coat lapel*).

Lip microphone. Mikrofon yang penggunaannya dengan cara dipegang dekat dengan bibir komentator.

Moving coil microphone. Salah satu jenis mikrofon yang cara kerjanya berdasarkan arus listrik yang dihasilkan melalui proses induksi

kumparan yang diletakkan pada medan magnet; dengan melalui getaran-getaran gelombang suara yang mengenai dan menggerakkan kumparan bergerak (*moving coil*).

Neck microphone. Mikrofon yang dikalungkan di leher atau disembunyikan di dalam pakaian. Mikrofon ini sangat luwes pemakaiannya dan dapat digunakan sambil bergerak-gerak atau berjalan-jalan bila dilengkapi/dihubungkan dengan pemancar kecil.

Omni directional microphone. Salah satu jenis mikrofon yang dapat mengambil suara yang datang dari semua arah dengan kepekaan yang sama.

Parabolic microphone. Mikrofon yang menggunakan reflektor (alat pemantul) yang berbentuk parabola yang dapat diarahkan ke sumber suara tertentu yang jauh letaknya. Misalnya, suara seorang wasit pada peristiwa olah raga.

Radio microphone. Salah satu bentuk mikrofon yang dihubungkan dengan pemancar kecil yang disembunyikan di dalam saku atau di balik pakaian seorang pengisi acara. Karena sinyal mikrofon ini diterima oleh juru rekam suara dengan menggunakan pesawat penerima kecil dari jarak yang dekat, maka semua kawat atau kabel dapat ditiadakan, dan gerakan kamera serta pengisi acara pun menjadi semakin tidak terbatas lagi.

Ribbon microphone. Lihat *velocity microphone*.

Uni directional microphone. Mikrofon yang hanya peka terhadap suara-suara yang datang dari satu arah saja.

Velocity microphone. Mikrofon yang bekerja dengan meletakkan logam pipih (tipis) yang ditekuk di antara dua tiang magnet. Bila gelombang suara mengenai logam tipis atau "*ribbon*" tadi, maka logam tipis tadi akan bergetar, sehingga menyebabkan timbulnya arus induksi pada logam tipis tadi. Jenis mikrofon semacam ini juga dikenal sebagai *ribbon microphone*.

Microphone boom. Istilah populernya adalah *mike boom*. Lihat *boom*.

Microphone shadow. Bayangan pada dekorasi yang ditimbulkan oleh mikrofon yang masuk menghalang-halangi lampu-lampu studio

yang sedang digunakan untuk menyinari dekorasi atau obyek pengambilan gambar.

Microphone bars. Garis-garis horizontal terang dan gelap yang tampak di layar gambar televisi secara tidak menentu yang bergerak ke arah vertikal.

Mixer audio. Konsol (*console*) pengontrolan untuk mencampur/ menggabungkan beberapa sumber suara menjadi satu.

Modulation.

1. Teknik menanamkan informasi digital dalam pembawa gelombang radio untuk siaran.
2. Perubahan frekuensi, amplitudo atau fasa gelombang pembawa oleh sinyal elektrik yang berasal dari sinyal audio, video, atau informasi lainnya.

Module/modular. Cara baru dari peralatan elektronik yang dibuat dalam sistem yang terdiri dari unit-unit peralatan kecil-kecil, sehingga serangkaian modul dapat dimasukkan atau dipasangkan satu sama lain, dan pemasangan dasar tadi nantinya dapat diperluas atau dimodifikasi tanpa banyak melakukan perubahan yang berarti.

NAB (National Association of Broadcasters). Asosiasi, serikat pekerja, dan kelompok lobi yang mewakili kepentingan-profit pada penyiaran radio dan penyiaran televisi di Amerika Serikat. NAB mewakili lebih dari 8.300 stasiun penyiaran radio dan televisi terestrial serta jaringan siaran.

Noise.

1. Suara-suara yang tidak diinginkan.
2. Untuk sinyal video, *noise* ini berupa gambar titik-titik putih kecil yang tidak beraturan pada layar gambar, atau terjadinya pembesaran jejak-jejak sinyal video yang terlihat pada layar *oscilloscope* atau monitor *waveform*.
3. Titik abu-abu terang, abu-abu gelap, dan putih atau hitam yang terdapat pada seluruh layar gambar televisi.
4. *Interferensi*: suara-suara yang berisi berita/pesan atau bagian dari berita/pesan lain yang mungkin diperoleh dalam komunikasi. Jadi *noise* adalah perbedaan dalam penyampaian berita/pesan atau informasi yang diterima, yang diperkirakan

tidak berasal dari sumber yang diinginkan.

Noise level. Tingkat suara atau suara-suara lain yang tidak diinginkan yang terdengar sebagai suara latar belakang atau pada rekaman.

Nux radio. Aplikasi ponsel pintar (Blackberry, Android, iPhone) karya anak bangsa yang memungkinkan pengguna bisa mendengarkan radio seluruh Indonesia yang sudah memiliki streaming server.

OB. Kependekan untuk *outside broadcast* atau siaran luar.

OB van. Sistem ruang pengontrolan radio atau televisi yang dapat dipindah-pindah (mobile) lengkap dengan perangkat peralatan yang diperlukan. Misalnya kamera, mikrofon dsb. Biasanya ruang pengontrol tadi ditempatkan pada sistem kendaraan besar (*Van*).

Off-mike. Diarahkan menjauhi mikrofon, misalnya untuk memberi kesan suara terdengar dari jauh.

Over-The-Top (OTT). Layanan dengan konten berupa data, informasi, dan multimedia yang berjalan melalui jaringan internet. Jaringan OTT biasanya menumpang di atas infrastruktur jaringan operator dengan biaya operasional yang sangat rendah.

Personality. Kepribadian. **On Air Personality.** Kepribadian yang "ditunjukkan" oleh seorang penyiar selama siaran di radio.

Pitch. Letak suara/bunyi-bunyian pada skala yang bergerak dari rendah ke tinggi (misalnya tangga nada/*musical scale*). Pada dasarnya pitch ini tergantung pada frekuensi. Tetapi pemisahan nada-nada pada telinga manusia juga dipengaruhi oleh tekanan suara atau *loudness*.

Programme

1. Pokok acara yang telah dapat berdiri sendiri (misalnya, drama, wawancara, dokumenter, feature), atau salah satu pilihan dari acara yang telah berdiri sendiri (misalnya konser acara musik, variety show) untuk acara siaran televisi atau radio. Karena itu, pembuatan acara merupakan hal yang berkenaan dengan pemilihan dan penyusunan sejumlah acara yang digabungkan menjadi satu dan membentuk acara yang menyeluruh.

2. Serangkaian pokok-pokok acara yang direncanakan secara menyeluruh untuk siaran yang berasal dari stasiun atau jaringan penyiaran (*network*) yang terdiri dari acara-acara yang dapat dilihat pada satu hari atau beberapa malam. Oleh karena itu, di dalam perencanaan acara siarannya merupakan kegiatan tentang pemilihan dan penyusunan serangkaian acara yang disiapkan juga mencakup semua hal yang berkenaan dengan hasil siaran dari stasiun atau jaringan siaran pada waktu tertentu. Lihat *sponsored programme, sustaining programme, telecast*.

Radio. Penggunaan gelombang-gelombang elektromagnetis untuk memancarkan atau menerima sinyal-sinyal atau pulsa-pulsa listrik tanpa menggunakan kawat/kabel penghubung. Dalam arti yang lebih luas, istilah ini mencakup radio dan televisi.

Radio 2.0. Radio masa depan yang memanfaatkan perkembangan internet terkini (Web 2.0) dan media sosial

Radio automation. Sistem Informasi Teknologi (IT) yang memungkinkan tim radio menjalankan proses kerja stasiun penyiaran radio secara optimal, termasuk di dalamnya sistem *player* (di ruang siaran, digunakan oleh operator siaran atau penyiar), *traffic/ad scheduler* (pengelolaan iklan, digunakan oleh *traffic staff*), program *scheduler* (untuk perencanaan program siaran, biasa digunakan oleh *program director*), *music scheduler* (bagi radio musik, digunakan oleh *music director*), *news scheduler* (bagi radio berita, digunakan oleh *news editor*), dan beberapa opsi aplikasi lainnya terkait interaksi dengan pendengar seperti sistem pengelolaan telepon, SMS, media sosial (FB/ Twitter), website, dan lain lain.

Radio frequency. Spektrum frekuensi untuk pengiriman informasi melalui gelombang-gelombang radio dari 10KHz. s.d. 100 GHz.

Radio-vision. Gabungan antara siaran yang berisi suara (*sound broadcasting*) atau rekaman suara (*audio tape recording*) dengan film strip, untuk keperluan pendidikan. Pada saat siaran radio berlangsung, di dalam kelas seorang guru mengikuti keterangan/uraian yang disampaikan pada siaran radio tadi sambil memutar film

strip pada proyektor. Sebagai pengganti, cara ini dapat digunakan rekaman suara yang berisikan uraian tema-tema tertentu tadi yang diputarkan melalui audio tape recorder.

RCS. Perusahaan teknologi yang memberikan aneka solusi dalam industri penyiaran digital melalui berbagai varian produk atau aplikasi yang dikembangkannya. Varian aplikasi tersebut antara lain meliputi Zetta, NexGen, Master Control SQL, Player101 (Otomatisasi radio); GSelector, Selector SQL, dan Linker SQL (Penjadwalan musik); RCSnews (Produksi berita); Airwaves, Aquira (Trafik).

Re-broadcast: Siaran ulangan yang berasal dari hasil rekaman.

Receiver. Alat untuk menerima sinyal-sinyal yang berasal dari pemancar (dapat berupa siaran radio atau siaran televisi).

Reception:

1. Kualitas gambar dan/atau suara yang diperoleh pada pesawat penerima radio atau televisi.
2. Penerimaan sinyal radio atau televisi.

Record, recorder, recording. Pembuatan bahan siaran dalam bentuk permanen atau semi permanen, seperti apa yang terjadi pada audio tape recorder (untuk suara) atau video tape recorder (untuk suara dan gambar) atau dalam bentuk film.

Relay.

1. Melewatkan sinyal (inisialnya dengan melalui penerimaan dan pemancaran kembali sinyal) dengan menggunakan stasiun pengulang atau stasiun penghubung.
2. Sistem relay, yaitu bentuk pengiriman sinyal radio atau televisi dengan melalui kabel atau gelombang-gelombang elektromagnetis (gelombang radio).
3. Salah satu jenis saklar penghubung yang diaktifkan dengan menggunakan kumparan elektromagnetis.

Relay station. Stasiun penghubung untuk menerima sinyal gambar dan/atau suara yang berasal dari stasiun penyiaran induk dan memancarkannya kembali ke stasiun penghubung kedua atau stasiun pemancar.

Reverberation. Salah satu jenis gema yang dibuat secara mekanis atau elektronis. Lihat *echo*.

Reverberation unit. Peralatan elektronis atau mekanis untuk menghasilkan gema; lama dan jumlah perlambatannya harus dapat diubah-ubah sesuai dengan keinginan.

RF. Kependekan untuk *radio frequency*.

Ride gain. Mengubah penguatan sinyal (*gain*) yang terdapat pada konsol pengontrol.

Run-down. Intisari dari aksi yang terjadi pada acara.

Running time. Menghitung waktu siaran televisi/radio yang sebenarnya.

Shoutcast. Perangkat lunak untuk media *streaming* melalui internet. Perangkat lunak ini dikembangkan oleh Nullsoft (dibeli oleh AOL pada tanggal 1 juni 1999), memungkinkan konten audio digital, terutama format MP3 atau HE-AAC dipancarsiarkan ke dan dari perangkat lunak *media player*, dan memungkinkan penciptaan "stasiun" radio internet. Umumnya, radio internet yang menggunakan *shoutcast* akan tampil dalam direktori situs radio shoutcast.

Sound. Menyatakan bagian perekaman suara, atau merekam suara untuk pengambilan gambar.

Sound control. Ruangan pengontrol untuk melakukan operasional dan pengaturan mutu suara.

Sound effects. Cara memperdaya telinga dengan merekam suara-suara yang sebenarnya atau suara-suara buatan dengan teknik-teknik tertentu hingga diperoleh hasil suara yang menyerupai suara aslinya.

SVARA. Sebuah Start-up yang bergerak di bidang penyediaan broadcasting platform, meliputi radio, musik, dan podcast.

Telecommunication. Pengiriman dan penerimaan informasi dari jarak jauh dengan menggunakan system elektromagnetis, baik melalui kabel atau gelombang radio.

TikTok. Platform media sosial yang memungkinkan penggunanya merekam video singkat diiringi dengan musik. Aplikasi video pendek ini awalnya bernama Douyin, yang dirilis oleh perusahaan asal China yaitu ByteDance pada 2016. Hanya butuh satu tahun, Douyin telah memiliki sekitar 100 juta pengguna di dalam China. Dengan keberhasilannya, aplikasi ini melakukan rebranding dengan nama TikTok. Tujuannya, agar dapat lebih diterima pangsa pasar global. Dan usaha tersebut berhasil. TikTok saat ini memiliki sekitar satu miliar pengguna aktif di seluruh dunia. Di Indonesia sendiri, awalnya TikTok dipandang sebelah mata, dicap sebagai aplikasi alayers, bahkan pada 2018 sempat diblokir oleh Kominfo. Namun, TikTok kembali bersinar sejak pandemi hingga saat ini. Tak tanggung-tanggung, pengguna TikTok di Indonesia pada Agustus 2020 telah tembus angka 22,2 juta.

Transmit. Mengirim sinyal suara atau gambar elektronik dari stasiun pemancar ke pesawat penerima (radio atau televisi) agar suara atau gambar dari stasiun pemancar dapat didengarkan dan dilihat kembali.

Transmitter. Alat untuk mengubah sinyal-sinyal audio, video, atau sinyal-sinyal yang telah disandikan (*coded signal*) lainnya menjadi sinyal-sinyal frekuensi radio yang telah dimodulasi, yang merambat dalam bentuk gelombang-gelombang elektromagnetis.

WAP (Wireless application protokol). Standar terbuka protokol komunikasi yang memungkinkan perangkat nirkabel seperti telepon seluler atau pemancar radio bisa mengakses internet.

WAV. Disebut juga *waveform audio format*. Salah satu format audio yang bisa diterapkan di telepon seluler. Unggul dalam menjaga kualitas suara seperti aslinya, tetapi sangat boros dalam pemakaian memori.

Youtube. Didirikan pada 14 Februari 2005, merupakan salah satu anak perusahaan milik google inc. Youtube, salah satu aplikasi yang memberi informasi berupa video-video. Di aplikasi youtube ini, pengguna dapat mengunggah video apa saja dan sebanyak apapun jika sudah memiliki akun yang terdaftar. Video yang diunggah juga

dapat dilihat oleh seluruh dunia. Youtube didirikan oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim yang sebelumnya menjadi karyawan pertama PayPal. Pada awalnya, Hurley dan Chen mengembangkan ide YouTube pada tahun 2005 karena mengalami kesulitan saat ingin berbagi video pesta makan malam di apartemen Chen di San Fransisco. YouTube berawal sebagai sebuah perusahaan teknologi rintisan yang didanai oleh investasi senilai \$11,5 juta dari Sequoia Capital antara November 2005 dan April 2006. Video yang pertama kali diunggah di Youtube adalah me at the zoo, yang diunggah oleh Jawed Karim. Pengunjung Youtube rata-rata menghabiskan 15 menit setiap harinya untuk menonton video disana. Youtube juga mempunyai slogan yaitu Broadcast Yourself.

DAFTAR RUJUKAN

- Alex kumara & Satriyo Dharmanto, 2017, Jejak Langkah Televisi Indonesia, Dari Era Analo ke Digital, Broadcastmagz Publisher.
- Biagi, Shirley, 2010, Media/Impact Pengantar Media Massa, Jakarta, Salemba Humanikam hlm.159.
- Budhijanto, Danrivanto, 2010, Hukum Telekomunikasi, Penyiaran, & Teknologi Informasi, Bandung, PT. Reka Aditama, hlm. 6, 78, 132, 133.
- Croteau, David & Hoynes, William, 1997, Media/Society – Industries, Image, and Audiences, London, Pine Forge Press, hlm. 12.
- Fleming, Carole, 2002, Radio Handbook, Second Edition, New York, Routledge, hlm. 1, 10.
- Furth, Borko, 2010, Handbook of Social Network Technologies and Application, New York, Spiner, hlm. 473.
- Harliantara, 2016, On Air to Online-Pengantar Penyiaran Radio, Dr. ,Broadcastmagz Publisher.
- Hellriegel, Don and Slocum, John W., 1989, Management 5th, United States Of America, Addison-Westle Publishing Company, hlm. 742.
- Holmes, David, Teori Komunikasi, Media, Teknologi, Dan Masyarakat, Terjemahan Teguh Wahyu Utomo, Pustaka Pelajar, Jakarta, hlm. 21.
- Kackman, Michael; Bineld, Marnie; Payne, Matthew Thomas; Perlman, dan Sebok, Bryan, 2011, Television In The Age of Media Convergence, New York, Roudledge, Taylor & Francis Group, hlm. 1.
- Kasali, Rhenald, 1993, Manajemen Periklanan, Cetakan Ketiga, Grati, Jakarta, hlm. 123.
- Keith, Michael C., 2007, The Radio Station – Broadcast, Satellit & Internet, Sevent Edition, USA, Focal Press, hlm.1, 27, 33, 314, 315.
- Lawson-Borders, Gracie, 2008, Media organizations and convergence: case studies of media convergence pioneers, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers, hlm.3.
- Lister, Martin, Dovey John, Giddings Seth, Grand Iain & Kelly Kieran, New Media: A Critical Introduction, 2009, New York , Roudledge, hlm. 18.
- Littlejohn, Stephen W., Foss, Karen A., Encyclopedia Of Communication Theory, 2009, California, SAGE Publications, Inc., hlm. 188,623,979.
- M. Rohanudin, 2014, RRI Play, Strategi Memenangkan Persaingan Global, Direktorat Teknik dan Media Baru LPP RRI & Diandra Pustaka Indonesia
- Mayeld, Anthony, 2008. What Is Social Media, An e-book by iCrossing, hlm. 5.
- McLeod Jr, Raymond & Schell, George P., 2008, Management Information System, Terjemahan Ali Akbar Yulianto & Aa R. Fitriati, Jakarta, Salemba Empat, hlm. 42, 80,150.
- McQuail, Denis, 2000, McQuail's Mass Communication Theory, 4th Edition, London, SAGE Publications, 136, 369.
- Medo, Norman J. & Kaye, Barbara K., 2011, Electronic Media, Then Now and Later, Second

- Edition, Burlington, USA, Focal Press USA, hlm. 80, 84, 276.
- Mirabito, Michael M. A., Morgenstern, Barbara L., 2004, *The New Communications Technologies*, Fifth Edition, Burlington, USA, Focal Press, hlm. 185, 251.
- Mitchell, Caroline; Lister, Brian, dan O'Shea, Tony, 2009, *Managing Radio*, England, Sound Concepts, hlm. 10.
- Morissan, 2008, *Manajemen Media, Strategi Mengelola Radio & Televisi*, Jakarta, Kencana Prenada Media Group, hlm. 38, 44, 181, 189, 197, 377.
- Nayyar Deepak, 2007, *Modern Mass Communication, Concept and Processes*, Delhi, Oxford Book Company, hlm. 119.
- O'Donnel, Lewis B. ; Benoit, Philip ; Hausman, Carl , 1993, *Modern Radio Production*, Third Edition, Belmont, California, Wadsworth Publishing Company, hlm. 79.
- Onong Uchjana Effendy, 1990, *Radio Siaran Teori dan Praktek*, Mandar Maju Bandung
- Petrucchio dalam Cartelli, Antonio; Palma, Marco, *Encyclopedia Communication Technology*, 2009, New York, Information Science Reference, hlm. 200.
- Prayudha, Harley, 2007, *Penyiar Its Not Just A Talk*, Bayu Media, Malang, hlm. 6
- Prayudha, Harley, 2010, *Think and Learn Radio*, Harley Publishing, Bandung, hlm. 68.
- Prayudha, Harley Harliantara, Munaf, Andy R., 2013, *Radio Is Sound Only*, Jakarta, Broadcastmagz Publisher, hlm. 5, 9.
- Rahmanita Ginting, DKK, 2021, *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*, Penerbit Insania.
- Schulberg , Pete, 1996 , *Radio Advertising - The Authoritative Handbook*, Second Edition, , Lincolnwood, Illinois USA, NTC Business Book, hlm. 5.
- Severin, Werner J., Tankard Jr., James W., 2001, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, Terapan Di Dalam Media Massa*, Jakarta, Prenada Media, hlm. 9, 445, 458.
- Simarmata, Janner, *Pengenalan Teknologi Komputer Dan Informasi*, Yogyakarta, CV. Andi Oset, hlm. 45.
- Solis, Brian., 2010, *Engage: The Complete Guide For Brand and Business To Build, Cultivate, adn Measure Success in The New Web*, United States, John Wiley & Sons, hlm. 263, 264.
- Straubhaar, Joseph & LaRose, Robert, 2000, *Media Now, Communication Media in the Information Age*, USA, Wadsworth, hlm. 250.
- Sunaryo, 2013, *Kamus Istilah Penyiaran Digital*, Jakarta, Broadcastmagz Publisher, hlm. 78, 114, 115, 147.
- Thorndike, E.L. ; Barnhart, Clarence L. , 1959, *Junior Dicctionar* , USA, Scott, Foresman And Company, hlm. 339.
- Thom, Randy, 1989, *Audio Craft, An Introduction To Tools And Techniques Of Audio Production*, Washinton D.C. NFCB, National Federation Of Community Broadcasters, hlm. 65.
- Thurlow, Crispin; Langel, Laura; Tomic, Alice, 2004, *Computer Mediated Communication, Social Interaction and The Internet*, California, SAGE Publications, hlm.15.
- Turow, Joseph, 2009, *Media Today, An Introduction to Mass Communication*, New York,

Routledge, hlm. 13,431.

Vivian, John, 2008, Teori Komunikasi Massa, edisi Kedelapan (The Media of Mass Communication, 8th edition). Terj.Tri Wibowo B.S. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, hlm. 219, 263, 266.

Wahyudi, J.B., 1994, Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama, hlm.2.

Sumber Majalah:

Broadcastmagz – TV & Radio Magazine, No. 2 - Tahun 1 – Juli-Agustus 2011
_____, No. 4 - Tahun 1 - Oktober - November 2011
_____, No. 8/I/2012
_____, No. 10/I/2012
_____, No. 12, Tahun I, Juli 2012
_____, No. 31 - Tahun III - Juli 2014
_____, No. 37/Tahun IV/Januari 2015
_____, No. 45/Tahun IV/September 2015
_____, No. 71 - Tahun VI - November 2017

Sumber Situs:

bogorkab.go.id
elshintanews.com
hardrockfm.com
iradiofm.com
jybmedia.com
mncnetworks.com
mrn.co.id
ozradio.id
radioindonesia.co.id
sonora.co.id
rri.co.id
traxonsky.com

Sumber Lain:

Depatemen Perhubungan Dirjen Postel Balai Monitor Spektrum Frekuensi Dan Orbit Satelit (2000),

Sosialisasi Implementasi Master Plan Frekuensi Radio Siaran FM Dan Peraturan Standarisasi Perangkat

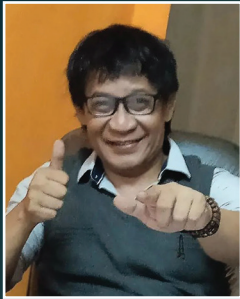
Telekomunikasi, Jakarta.

Media Research, (2008), Indonesia Media Penetration

Peraturan Menteri Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia Nomor : 28/P/ M.KOMINFO/9/2008

Tentang Tata Cara Dan Persyaratan Perizinan Penyelenggaraan Penyiaran.

Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran



Dr. Harliantara, Drs., M.Si.

Selain mengajar, penulis merupakan praktisi penyiaran di Indonesia. Ilmu penyiaran ia dapatkan di Radio OZ Bandung, Trijaya FM Jakarta, SCFM Surabaya, EBS FM Surabaya, JTV Surabaya, Spacetoon TV Surabaya, Delta FM Surabaya, Hardrock FM Bandung, I-Radio Bandung, New Shinta FM Bandung dan KISI FM Bogor.

Ia sempat belajar Manajemen Media dan Penyiaran di Amerika Serikat atas undangan USAID di beberapa kota seperti Washington DC, New York, Kansas City, Columbia Missouri, New Orleans, Berkeley, dan San Francisco pada tahun 1997. Kemudian mewakili Indonesia untuk International Broadcaster Conference di undang oleh Voice Of America pada tahun 1998. Ia pernah tercatat sebagai Program Manager Terbaik dalam lomba insan radio siaran tingkat nasional yang diselenggarakan oleh Pengurus Pusat PRSSNI pada tahun 1995. Lahir di Bandung, 28 Desember 1963. Memulai Pendidikan Dasar Negeri I di Pelabuhan Ratu Kabupaten Sukabumi. Melanjutkan pendidikan Menengah di SMPN 21 Bandung, SMAN 8 Bandung, dan Teknik Industri Universitas Pasundan Bandung, merampungkan studi kesarjanaan (S1) di Jurusan Filsafat Dan Sosiologi Pendidikan IKIP Bandung. Studi Magister (S2) dalam Studi Ilmu Komunikasi ia peroleh di Universitas Dr. Soetomo Surabaya, serta Studi Doktorat (S3) dalam kajian Ilmu Komunikasi ia tempuh di Universitas Padjadjaran Bandung. Ia pernah aktif di berbagai organisasi diantaranya Resimen Mahawarman Universitas Pasundan Bandung, Perhimpunan Mahasiswa Bandung (PMB), Himpunan Praktisi Penyiaran Indonesia Jawa Timur (HPPI), Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia Jawa Timur, Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia Jawa Timur, dan Bandung dan Jawa Barat. Buku pertamanya berjudul "Radio: Suatu Pengantar Untuk Wacana Dan Praktik Penyiaran", 2005, diterbitkan oleh Penerbit Bayu Media Malang, kemudian Buku keduanya adalah "Penyiar It's Not Just A Talk", 2007, diterbitkan oleh Penerbit Bayu Media Malang. Buku ketiganya adalah "Think and Learn Radio", 2011, diterbitkan oleh Harley Prayudha Communication Bandung, Buku Keempatnya adalah "Radio Is Sound Only", 2013, menulis bersama Andy Rustam Munaf yang diterbitkan oleh Broadcastmagz Publisher Jakarta. dan buku kelimanya tahun 2016 adalah "On Air to Online" diterbitkan oleh Broadcastmagz Publisher Jakarta. Memulai karier sebagai pengajar di John Robert Powers Indonesia sebagai fasilitator sejak tahun 1995 hingga 2015. Di lingkungan akademik sebagai Dosen Luar Biasa di beberapa Perguruan Tinggi dari tahun 2008 hingga 2020, seperti di Universitas Kristen Petra Surabaya, Magister Ilmu Komunikasi Universitas Dr. Soetomo Surabaya, PAKT FIKOM Universitas Padjadjaran Bandung, STIKOM Bandung, Magister Manajemen Universitas BSI Jakarta, Universitas Telkom Bandung, Fakultas Ilmu Komunikasi Dan Administrasi (FIKA) Universitas Sangga Buana Bandung, serta di pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Dr. Soetomo Surabaya namun sejak bulan oktober 2021 hingga kini mendapat amanah sebagai Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Dr. Soetomo Surabaya. Selain itu ia sering mengisi di berbagai kegiatan pelatihan, forum, dan workshop sebagai pembicara atau nara sumber untuk materi komunikasi dan media.