



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Radio hanya memiliki daya tarik audio dalam kegiatannya bersiaran. Penggunaan radio juga sangat mudah dan dapat dibawa kemana-mana. Sebagai sebuah media, radio memiliki beragam konten yang disediakan, mayoritas isi konten adalah musik dan informasi. Selain itu, radio dapat mengajak pendengar untuk ikut berpartisipasi (partisipasi dua arah) dalam siarannya sehingga hubungan antara penyiar dan pendengar bisa sangat akrab dan terasa personal. (McQuail, 2011, p. 40)

Setiap rasa ramah, rasa haru, rasa marah, rasa sakit, dan rasa bahagia dapat benar-benar dirasakan oleh pendengar melalui suara yang dihasilkan penyiar. Hal ini membuat radio benar-benar memiliki kedekatan personal dengan para pendengarnya. Kedekatan personal inilah yang akan melahirkan rasa percaya dari para pendengar radio. (McLeish, 2005, p. 6)

Sebagai salah satu media yang memiliki kedekatan dengan masyarakat, radio harus mempertahankan kehadirannya dengan berbagai cara. Memperbaiki konten siaran dan mengembangkan program harus terus dilakukan. Namun, mempertahankan keberadaan radio juga harus dilakukan oleh para pendengar setianya. Rasa kepemilikan para pendengar

akan membuat radio menjadi langgeng bersiaran. Para pendengar harus disadarkan pada pentingnya keberadaan radio bagi kehidupan mereka.

Hal ini telah dilakukan oleh beberapa radio melalui kampanye #RadioGueMati yang menimbulkan kepanikan para pendengar karena kehilangan siaran radio kesayangannya pada 11 Desember 2017 selama 15 menit. Radio yang biasanya siaran pada *prime time* tiba-tiba mendadak *dead-air* dari pukul 7.45-8.00 pagi hari. Menurut keterangan Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) sesuai yang dikutip dari Republika.com matinya radio swasta se-DKI Jakarta merupakan bagian dari kampanye hari radio. Kampanye ini dilakukan oleh 37 radio swasta di Jakarta dengan tujuan memberikan pengetahuan kepada masyarakat rasanya hidup tanpa radio. (Kusumawardhani, 2017, para. 1)

Setelah *dead-air* selama 15 menit, tiba-tiba terdengarlah lagu Indonesia Raya sebagai awal mengudaranya radio yang baru saja mati suri. Di akhir lagu, suara Presiden Joko Widodo menyampaikan pesannya yang berisi “*Emang enak nggak ada radio. Saya Joko Widodo pendengar radio.*” Setelah itu para penyiar menghimbau para pendengarnya untuk membagikan pengalamannya hidup tanpa siaran radio dengan tagar #RadioGueGaMati. (Kami, 2017, para. 4-7)

Kampanye ini dianggap berhasil karena cukup menggemparkan para pendengar radio saat itu. Tagar #RadioGueMati sempat menjadi *trending topic* nomor satu di media sosial Twitter karena *netizen* cukup

panik tidak dapat mendengarkan siaran radionya selama beberapa menit. VOA Indonesia melalui media daringnya mencatat, lebih dari 40 juta respon dari para pendengar radio di media sosial mengontak radio kesayangan mereka karena kebingungan tidak ada siaran apapun selama 15 menit tersebut. Tagar #RadioGueMati juga sempat menjadi *trending topic* di Twitter karena kehebohan tersebut. (Mazrieva, 2017, para. 1-2)

Kampanye tersebut membuktikan radio masih ada di hati para pendengarnya. Media audio ini juga mampu memenuhi kebutuhan bersantai atau relaksasi serta mendapatkan hiburan dan informasi di saat bersamaan. Unsur suara yang dimiliki oleh radio mempunyai kekuatan untuk membuat hati pendengarnya menjadi terhibur, misalnya perasaan rileks yang diciptakan oleh suara musik ataupun suara penyiaranya. Pendengar akan bereaksi atas kehangatan suara penyiar dan sering kali berpikir bahwa penyiar adalah seorang teman bagi mereka. Radio juga merupakan media yang fleksibel karena bisa didengarkan di mana pun dan kapan pun sembari mengerjakan kegiatan lain tanpa mengganggu aktivitas lainnya, seperti membersihkan rumah, memasak, menyetir, membaca, dan lain-lain.

Menurut data dari survei yang dilakukan oleh Nielsen Consumer & Media View tahun 2016, radio didengarkan oleh sekitar 37% dari populasi atau setara dengan kurang lebih 20,2 juta pendengar di 11 kota di Indonesia dengan lama waktu mendengar rata-rata hingga 129 menit per hari. (Lubis, 2016, para. 7)

Nielson Radio Audience Measurement juga mencatat bahwa anggapan jumlah pendengar radio semakin menurun dapat dipatahkan oleh survei ini.

“ Waktu mendengarkan radio per minggu, rupanya bertumbuh dari tahun ke tahun. Jika di tahun 2014 pendengar radio hanya menghabiskan waktu mendengarkan radio 16 jam per minggunya, hasil ini meningkat terus di tahun 2015 (16 jam 14 menit per minggu) dan tahun 2016 (16 jam 18 menit).” (Lubis, 2016, para. 4)

Semakin berkembangnya teknologi juga memengaruhi minat masyarakat pada radio. Saat ini, pendengar tidak hanya mendengarkan siaran radio melalui radio tape, namun dapat mengaksesnya melalui streaming siaran radio di komputer ataupun telepon pintar. Sehingga pendengar radio saat ini berasal dari berbagai kalangan. Menurut Survei dari Nielson Radio Audience Measurement pada kuartal ketiga tahun 2016, radio diminati oleh Generasi Z dan Milenial.

“Pada kuartal ketiga tahun ini menunjukkan bahwa 57% dari total pendengar radio berasal dari Generasi Z dan Millenials atau para konsumen masa depan. Saat ini 4 dari 10 orang pendengar radio mendengarkan radio melalui perangkat yang lebih personal yaitu mobile phone.” (Lubis, 2016, para. 6)

Tingginya minat masyarakat pada radio inilah yang membuat penulis tertarik untuk menggunakan radio sebagai media untuk membuat karya jurnalistik radio. Penulis tertarik untuk memanfaatkan kehadiran media radio ini untuk mengembangkan program-program yang sudah ada

dengan membuat sebuah program *talkshow* radio dengan target pendengar berusia 20-35 tahun. *Talkshow* radio yang ingin penulis buat akan memiliki pembahasan yang lebih ringan, namun tetap memiliki nilai jurnalistiknya.

Maka dari itu, penulis membuat program radio yang mampu memberikan inspirasi tentang proses kreatif seorang seniman ketika membuat suatu karya. Sebab, pada saat ini kebanyakan masyarakat selalu memandang sebelah mata suatu karya tanpa memahami proses pembuatannya. Selain itu, jarang sekali ada radio yang mengupas soal proses kreatif seseorang atau sebuah kelompok hingga bisa menjadi dikenal orang banyak. Padahal, sebuah karya bisa menjadi layak untuk dipublikasikan karena si pencipta karya telah melewati sebuah proses berpikir untuk menciptakan atau mengkreasikan suatu karya yang mereka buat.

Karya seperti pertunjukan Opera Kecoa dari Teater Koma sempat dilarang tayang oleh Pemerintah Indonesia tahun 1990 karena dianggap tidak mendidik dan terkesan menyudutkan pemerintah. Pertunjukan ini menceritakan kaum minoritas yang berusaha mencari keadilan dari pemerintah yang tergambarkan dari seorang waria yang memperjuangkan hak tinggalnya. Protes atas ketidakadilan sering ditampilkan dari sepanjang pementasan ini yang sebenarnya merupakan gambaran dari kemiskinan di Indonesia itu sendiri. (Setiawan, 2016)

Sebuah karya seni seperti Opera Kecoa tadi tercipta dari pemikiran panjang para seniman yang ada didalamnya. Memahami sebuah karya tidak dapat dilakukan hanya dengan melihat hasil akhirnya saja, namun juga harus melihat proses dibalik terciptanya karya tersebut. Proses inilah yang biasanya disebut dengan proses kreatif. Menurut Syahidah (2003, p. 27) proses kreatif sendiri adalah sebuah proses yang melewati penggalian ide dan menemukan nilai jual. Menggali ide dalam membuat karya seni didapat dari perjuangan yang susah-susah-gampang. Ada ide yang didapatkan secara tidak disengaja dan ada ide yang bisa didapatkan dari kesengajaan, misalnya dengan melihat sesuatu di televisi, membaca buku, majalah, koran, atau pun mendapatkan cerita dari teman. Selain itu, penggalian ide juga bisa didapat dari memaksimalkan pancaindra terhadap setiap kejadian yang terjadi di sekeliling kita.

Penggalian ide ini dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja. Penggalian ide dapat melalui perbincangan singkat dengan orang lain, inspirasi dari karya terdahulu, kejadian yang pernah dialami orang lain maupun diri sendiri ataupun inspirasi dari media yang pernah diakses. Seperti inspirasi dari program radio Suara Untuk Negeri dari Radio Heartline FM.

Program Suara Untuk Negeri adalah *talkshow* yang membicarakan isu terkini yang terjadi di Indonesia. Para pendengar bisa mendengarkan permasalahan apa saja yang sedang terjadi saat ini. Isu yang diangkat oleh

program ini juga bisa menjadi inspirasi para pekerja seni dalam mencari ide. Melalui program ini, pendengar juga dapat mengetahui cara menanggulangi isu tersebut sehingga bisa berkembang dan tidak menyerah dalam menghadapi masalah terkini.

Sesuai dengan slogan Radio Heartline FM yang diusung, yaitu *'Keep on growing and never give up'*, radio ini memiliki fokus kepada para pendengarnya untuk terus berkembang dan pantang menyerah. Radio ini juga berfokus memberikan inspirasi bagi keluarga dan masyarakat dalam berbagai bidang melalui program unggulannya.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis telah membuat Program Radio KERTAS (Kreativitas Tanpa Batas) untuk memberikan gambaran berupa audio kepada pendengar mengenai proses kreatif sebuah karya seni. Program ini akan membahas proses sebuah karya dihasilkan dari pencarian ide hingga publikasinya. Program KERTAS memberikan kesempatan kepada pendengar untuk mengetahui hal apa saja yang dilalui seniman dalam membuat karya. Sehingga pendengar bisa mendapatkan inspirasi bahkan ikut berkarya dalam bidang seni.

## 1.2 Tujuan Karya

Tujuan dari tugas akhir dalam skripsi berbasis karya ini adalah:

1. Memberikan kesadaran pada masyarakat bahwa setiap karya yang dinikmati selama ini melalui proses kreatif yang panjang.



2. Memberikan apresiasi kepada pembuat karya yang telah berjuang untuk membuat karya yang berkualitas.
3. Memberikan variasi pada program radio di Indonesia.
4. Menjangkau komunitas-komunitas terkait seni dan sastra untuk mendengarkan radio

### **1.3 Manfaat Karya**

Manfaat dari tugas akhir dalam skripsi berbasis karya ini adalah:

1. Menjadi acuan bagi pemilik media radio dalam membuat program, baik dari segi ide, konten, hingga pengemasan sebuah *talkshow*.
2. Memberikan pengetahuan bagi masyarakat mengenai proses kreatif sebuah karya.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA