STRATEGI KREATIF PROGRAM ACARA LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK LOKAL DALAM KONTEKS PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

(Studi Deskriptif Terhadap Program "Ketoprak dan Wayang Kulit" RSPD Klaten)

NASKAH PUBLIKASI

Disarikan dari Skripsi yang Diajukan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Oleh

Fahmi Husaini Sanum

NIM. 14321113

Ida Nuraini Dewi K.N, S.I.Kom., MA

NIDN 0523098701

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta

2018

HALAMAN PENGESAHAN

NASKAH PUBLIKASI

STRATEGI KREATIF PROGRAM ACARA LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK LOKAL DALAM KONTEKS PEMBERDAYAAN MASYARAKAT
(Studi Deskriptif Terhadap Program "Ketoprak dan Wayang Kulit" RSPD Klaten)

Disusun Oleh

Fahmi Husaini Sanum

14321113

Telah disahkan dosen pembimbing skripsi pada: 28 AUG 2018

Dosen Pembimbing Skripsi

Ida Nuraini Dewi K.N, S.I.Kom., M.A

NIDN: 0523098701

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Muzayin Nazaruddin, S.Sos., M.A.

NIDN: 0516087901

STRATEGI KREATIF PROGRAM ACARA LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK LOKAL DALAM KONTEKS PEMBERDAYAAN MASYARAKAT
(Studi Deskriptif Terhadap Program "Ketoprak dan Wayang Kulit" RSPD Klaten)

Fahmi Husaini Sanum

Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FPSB UII,

menyelesaikan studi pada tahun 2018

Ida Nuraini Dewi K.N, S.I.Kom., M.A

Staf pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi FPSB UII

Abstract:

Mass media is a social institution that gives the message as information to be submitted to a wide audience through print or electronic Public radio is one of the mass media that is auditive that only rely on voice to convey messages and information to a wide audience. Today, researchers observe the existence of public radio that has programs that carry the community empowerment program in it. The program can not only be heard, but can also be enjoyed directly using the sense of sight. This is a rare thing because the auditive radio evolved into a spectacle. This study aims to find out how the public radio creative strategy in the context of community empowerment on the program "Ketoprak and Wayang Kulit" RSPD Klaten. This research method using qualitative research by doing observation and interview to some informant. The sampling technique used is purposive sampling which is the sample selection in accordance with the desired by the researchers. Sample in this research as many as four people, consist of one head of radio, one person programma and two executive team from each of both programs. Theories used are theories about creative strategies, community empowerment, local public broadcasting institutions and SWOT analysis. The results of this study indicate that the two programs have three stages of strategy that is pre, production / implementation and post. In the context of empowerment, the two programs are the concept of Aras Mezzo by providing experience and training to improve skills and accommodate traditional artists in Klaten.

Keywords:
local public broadcasting agencies, creative strategies, community empowerment

Pendahuluan

Media massa merupakan lembaga sosial yang memberikan pesan sebagai informasi untuk disampaikan kepada khalayak luas melalui cetak maupun elektronik. Sebagai mana yang dikemukakan McLuhan: "The medium is the message". Menurutnya pesan yang disampaikan media tidaklah lebih penting dari mediumnya, artinya media memiliki kekuatan dalam mempengaruhi masyarakat sekitarnya (Morissan, 2013: 493). Pada dasarnya media massa beragam macamnya, seperti halnya koran, majalah dan lain sebagainya yang biasa kita

sebut sebagai media cetak. Sedangkan, media yang bersifat audio dan visual adalah media elektronik. Contohnya adalah televisi, radio dan lain lain.

Radio adalah media massa yang bersifat auditif. Radio hanya mengandalkan suara untuk menyampaikan pesan maupun informasi kepada khalayak luas. Menurut UU No 32 tahun 2002 bahwa "Penyiaran radio adalah media komunikasi massa dengar, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan". Oleh sebab itu, radio merupakan sarana untuk menyampaikan gagasan dan informasi yang hanya melalui suara. Berbeda dengan media massa lainnya, walaupun hanya melalui suara, radio saat ini masih menjadi media yang efektif dalam menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Walaupun semakin pesatnya perkembangan internet, radio masih cukup baik dengan skala 38% di tahun 2016, setidaknya 11 kota yang diteliti oleh Nielsen di Indonesia menghabiskan waktu rata rata 139 menit perharinya. Didengarkan kurang lebih oleh 20 juta pendengar dan juga sebagian kecil audiensnya, mendengarkannya melalui perangkat mobile phone (Lubis, 2016).

Radio di Indonesia sendiri memiliki empat kategori jenis radio, yaitu radio swasta, radio publik, radio komunitas dan radio berlangganan. Sebagai mana dalam UU No 32/2002 tentang penyiaran pasal 13 yang berbunyi;

Jasa penyiaran sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) diselenggarakan oleh:

a. Lembaga Penyiaran Publik;

b. Lembaga Penyiaran Swasta;

c. Lembaga Penyiaran Komunitas; dan

d. Lembaga Penyiaran Berlangganan.

Beralih kepada radio penyiaran publik, bahwasannya radio publik merupakan radio yang tidak komersial dan bersifat independen. Sebagai mana dalam UU No 32/2002 tentang penyiaran bahwasannya "Lembaga Penyiaran Publik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 ayat (2) huruf a adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat." oleh karena itu, Radio publik bertugas untuk melayani kepentingan masyarakat, memberikan program siaran yang bermanfaat bagi pendengarnya.

Radio publik adalah salah satu bentuk nyata peran radio publik dalam melayani masyarakat sekitarnya. Radio publik masih senantiasa memberikan layanan informasi maupun edukasi bagi pendengarnya. Salah satunya adalah budaya daerah. Setiap daerah tentu mempunyai budayanya masing masing yang patut untuk di lestarikan. Masih banyak radio publik dengan kategori publik lokal yang masih senantiasa melestarikan budaya daerahnya,

walaupun hanya dengan melalui suara. Karna pada dasarnya, media mampu memberikan dampak bagi audiensnya. Sebagai mana yang dikemukakan McLuhan, bahwa audiens cenderung mementikan isi kontennya dan pesannya, tetapi audiens sering kali tidak sadar bahwa media mempengaruhi kehidupannya (Morrisan, 2013: 494). Itu artinya, walaupun hanya melalui gelombang elektromagnetik suara, radio mampu mempengaruhi pendengarnya. Jika peran radio publik di implementasikan dalam sebuah program siaran yang berutujuan melestarikan budaya daerah. Maka, kita tidak perlu khawatir budaya daerah akan hilang. Karna radio publik lokal masih senantiasa melakukan itu.

Dalam upaya melestarikan budaya daerah di era modern ini, tentunya setiap radio publik lokal memiliki kretifitasnya masing masing dalam melestarikan budaya daerahnya walaupun hanya melalui suara. Kesenian tradisional ketoprak yang mana salah satu program acara unggulan dalam konteks pemberdayaan masyarakat pada Radio Siaran Pemerintah Daerah (RSPD) Klaten merupakan kesenian teater tradional yang berasal dari Jawa Jengah. Kesenian ini sangat populer di Jawa, khususnya Jawa Tengah dan Jawa Timur. Ketoprak biasanya mementaskan lakon yang berhubungan dengan cerita raja raja dari zaman Hindu – Budha hingga zaman raja raja Islam (Yoyok dan Siswandi, 2006: 91-92).

Selain Ketoprak, Wayang Kulit juga menjadi program unggulan RSPD Klaten dalam konteks pemberdayaan. Wayang Kulit yang biasa juga di sebut sebagai wayang purwa merupakan salah satu bentuk teater boneka, berbeda dengan Ketoprak yang dipentaskan oleh manusia. Wayang Kulit terbuat dari bahan kulit lembu yang disamak dan dikeringkan. Cerita cerita yang dimainkan biasanya mengenai kisah Ramayana dan Mahabhrata yang disadur dalam kedalam bahasa jawa kuno oleh Empu Sedah dan Empu Panuluh dan juga pada masa penyebaran Islam oleh para Wali di tanah Jawa menggunakan Wayang Kulit sebagai alat penyebaran agama Islam (Yoyok dan Siswandi, 2006: 92)

Sesuai dengan objek penelitian penulis, yaitu mengenai strategi kreatif program acara LPPL dalam konteks pemberdayaan masyarakat. Seperti yang sudah di bahas pada paragraf sebelumnya, radio publik merupakan radio yang berbadan hukum dan tidak komersil serta melayani kepentingan masyarakat sekitarnya. Sebagaimana dalam UU No 32/2002 tentang penyiaran pasal 14 mengenai lembaga penyiaran publik "lembaga Penyiaran Publik adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum yang di dirikan oleh negara, bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat." Artinya, radio publik mempunyai peran penting dalam memberikan layanan bagi masyarakat sekitarnya. Oleh karena itu, penulis tertarik meneliti bagaimana proses kreatif radio publik lokal melestarikan budaya daerahnya dalam konteks pemberdayaan di

mana banyaknya media massa lainnya. Adapun radio publik lokal yang akan dijadikan sebagai objek penelitian adalah RSPD Klaten, Jawa Tengah.

RSPD Klaten merupakan kependekan dari Radio Siaran Publik Daerah Klaten. Radio RSPD merupakan radio yang dikelola oleh pemerintah daerah klaten dengan jangkauan siaran yang cukup luas sehingga dapat didengar oleh seluruh wilayah kabupaten Klaten. Pada umumnya RSPD Klaten menjalankan tugas pelayanan kepada masyarakat sesuai undang undang siaran. Hanya saja RSPD Klaten merupakan radio publik lokal berada pada frekuensi 93,40 FM.

Radio Siaran Publik Daerah Klaten mempunyai visi menjadi radio yang membangun kota Klaten yang berwawasan budaya demi mewujudkan masyarakat yang "Toto Tentrem Kertoharjo" dan menuju masyarakat yang bersinar. Radio RSPD mengatasnamakan dirinya sebagai radio publik, yang mana memberikan layanan bagi masyarakat pendengarnya. Banyak program yang menjadi unggulan dalam radio tersebut khususnya dalam konteks pemberdayaan masyarakat. Sebagai radio lokal, RSPD Klaten tidak lupa mengangkat sebuah program acara yang memberdayakan potensi masyarakat yang ada, salah duanya adalah program acara"Ketoprak dan Wayang Kulit."

Kedua program inilah yang membedakan dengan program program lainnya yang ada di RSPD Klaten bahkan dengan radio lainnya. Kedua program ini selalu dinantikan oleh masyarakat, karena keduanya merupakan program yang disiarkan secara live performance. Artinya, kedua program ini tidak hanya dapat didengar saja melainkan juga dapat dinikmati oleh indra penglihatan juga. Kedua program ini disiarkan langsung di halaman kantor RSPD Klaten. Setiap penampil dari Ketoprak maupun Wayang Kulit, setiap bulannya berbeda beda. Para penampil dari kedua program tersebut merupakan masyarakat, kelompok ataupun sanggar kesenian tradisonal yang di mendaftar kepada RSPD Klaten untuk tampil.

Oleh karena itu, setiap radio publik lokal masih menanamkan nilai nilai budaya daerah. Tentu setiap lembaga penyiaran publik lokal, khususnya radio RSPD Klaten memiliki kreatifitasnya masing masing dalam memberdayakan masyarakatnya. Tujuannya agar budaya lokal masih mampu berada dalam setiap benak pendengar. Dalam melestarikan budaya daerah perlu proses kreatif yang matang dan efektif. Karna seiring berkembangnya teknologi, terpaan terpaan media massa mengenai budaya modern semakin kuat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dirumuskan rumusan masalah untuk penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana strategi kreatif program acara RSPD Klaten dalam konteks pemberdayaan masyakarat melalui program acara Kethoprak?

2. Bagaimana strategi kreatif program acara RSPD Klaten dalam konteks pemberdayaan masyakarat melalui program acara Wayang Kulit?
3. Bagaimana hambatan pada setiap program acara dalam konteks pemberdayaan?

Adapun tujuan dari penelitian ini yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui bagaimana strategi kreatif pada program siaran Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) dalam konteks pemberdayaan masyarakat. Sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi akademis dan mampu memberikan motivasi dan inspirasi untuk penelitian ilmiah pada program studi Ilmu Komunikasi khususnya pada proses kreatif terhadap program siaran radio publik lokal dalam melestarikan budaya daerah. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam studi mengenai stratgei kreatif lembaga penyiaran publik lokal. Bermanfaat bagi pembaca dalam memahami strategi kreatif program siaran radio publik lokal pada radio RSPD Klaten dalam konteks pemberdayaan. Mampu menjadi referensi sebagai pengembangan lembaga penyiaran publik lokal selanjutnya untuk lebih kreatif dalam memberdayakan masyarakat.

Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya yang akan di gunakan sebagai tinjauan pustaka adalah penelitian jurnalyang dilakukan oleh Rochmad Effendy pada tahun 2014 yang merupakan seorang dosen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Merdeka Malang. Penelitian ini diterbitkan dalam sebuah jurnal dengan judul "Program Siaran Interaktif (Talk Back Radio) Sebagai Ruang Publik Masyarkat Untuk Mengembangkan Demokrasi Lokal: Studi Pada Program "Citra Publika" Radio Citra 87,9 FM Kota Malang".

Penelitian ini membahas tentang program Citra Publika dalam radio citra 87,9 FM Malang sebagai upaya pengembangan dekmokrasi lokal. Program tersebut dapat mendorong partisipasi warga dalam melakukan kontrol sosial. Siaran tersebut merupakan bentuk komunikasi yang interaktif, yang mana antara penyiar dan pendengar saling bertukar pesan mengenai permasalahan publik sebagai bentuk demokrasi. Permasalahan yang sering kali dibahas adalah mengenai arus transportasi, layanan publik serta masalah publik yang menyangkut banyak orang.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian penulis. Penelitian ini lebih kepada bagaimana program siaran (Talk Back Radio) pada radio Citra 87,9 FM Kota Malang sebagai upaya mengembangkan demokrasi lokal. Program tersebut memberikan layanan bagi pendengar atau masyarakat untuk memberikan keluh kesahnya mengenai lingkungan

sosial di wilayah tersebut. sehingga keluh kesah tersebut diharapkannya sampai kepada pemerintah setempat. Sedangakan penelitian penulis, membahas mengenai proses kreatif suatu program radio publik lokal dalam upaya pelestarian budaya daerah. Mengingat bahwa fungsi radio publik sendiri yang tercantum dalam undang undang yaitu melayani masyarakat secara edukatif maupun informatif.

Penelitian yang kedua adalah penelitian jurnal yang dilakukan oleh Turnomo Rahardjo Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Diponegoro dengan judul "Masa Depan Lembaga Penyiaran Publik" terhadap kasus Lembaga Penyiaran Publik (LPP) RRI Semarang dan TVRI Jawa Tengah.

Penelitian ini membahas tentang masa depan lembaga penyiaran publik, yang mana dalam menjalankan fungsinya sebagai lembaga penyiaran publik serta memberikan program yang bermanfaat. Penelitian ini menemukan bahwa masyarakat cenderung tidak berpartisipasi dalam mendengarkan penyiaran tersebut. Karena temuan penelitian ini terhadap RRI Semarang dan TVRI Jawa Tengah bahwa isi siaran lembaga penyiarannya tidak layak ditonton maupun didengar walaupun isi program siarannya berbeda dengan lembaga penyiaran swasta.

Penelitian berikutnya yang ketiga adalah penelitian skripsi dengan judul "Strategi Kreatif Program Acara Klinong Klinong Campursari dan Langenswara di Jogja TV". Penelitian ini dilakukan oleh Alim Billah mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia dan diselesaikan pada tahun 2012. Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi kreatif program Klinong Klinong Campsari dan Langenswara pada stasiun televisi Jogja TV serta menelisik bagaimana kekurangan dan kelebihan dari kedua program tersebut dari pra produksi hingga pasca maupun penanyangannya.

Hasil penelitian menemukan bahwa proses kreatif pembuatan program acara Klinong Klinong Campursari dan langenswara merupakan uapaya dalam menciptakan acara hiburan yang menarik serta merupakan kreasi dalam memanfaatkan lokalitas yang berkembang didalam masyarakat. format proses kreatifnya pun disiarkan secara live performance ataupun hanya melalui video klip serta pemilihan jam tayang dan bahasa yang efisien mampu menentukan kesuksesan program acara Klinong Klinong Campursari dan Langenswara Jogja TV.

Penelitian ini hampir sama dengan penelitian penulis. Penelitian ini membahas tentang strategi kreatif suatu program televisi yang memanfaatkan lokalitas yang berkembang dimasyarakat. Penelitian ini fokus pada bagaimana kreatifitas dalam program tersebut, sama halnya dengan penelitian penulis. Yang membedakan adalah penulis fokus

pada proses kreatif pada suatu program siaran radio lokal dalam upaya melestarikan budaya daerah. Sedangkan penelitian ini fokus pada kreatifitas program acara televisi lokal.

Penelitian terdahulu berikutnya adalah penelitian skripsi dengan judul "Strategi Program Acara Radio Swasta Lokal (Studi Deskriptif Pada Program Musik "Lokal Aja" di Radio Q dan "Sore Sore" di I-Radio)". Penelitian ini dilakukan oleh Ari Dwi Isnaini mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia. Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi pemograman acara musik "sore sore" di I-Radio dan "Lokal Aja" di Radio Q Jogja serta faktor faktor yang menjadi pendukung maupun penghambat dalam proses pemograman acara musik "sore sore" di I- Radio dan "Lokal Aja" di Radio Q Jogja.

Temuan dan hasil penelitian ini adalah menunjukan bahwa strategi program musik pada I-Radio dan Radio Q tentunya melalui berbagai tahapan yaitu mecakup perencanaan, produksi, eksekusi serta evaluasi program yang dilakukan pasca penayangan. Serta faktor faktor yang mampu menghambat program "Lokal Aja" adalah segmentasinya hanya dinikmati oleh anak anak muda penggemar musik musik indie serta jam siarannya yang terlalu malam sehingga hanya bisa dinikmati oleh pendengar tertentu saja dan yang menghambat program "sore sore" di I-Radio adalah format acaranya yang cenderung umum dan hasilnya hanya dinikmati oleh siapa aja, tidak fokus pada satu bahasan. Sedangkan faktor yang mampu mendukung dari kedua program tersebut adalah format program acara "lokal aja" fokus pada program siaran band band indie serta informasi mengenai perkembangan musik musik indie di Yogyakarta dan yang mendukung program acara "sore sore" adalah pada jam siarannya yang pada sore hari serta menyajikan lagu lagu Indonesia dan mengandung informasi serta pengetahuan sehingga mampu dinikmati oleh berbagai kalangan usia.

Penelitian terdahulu yang terakhir di gunakan oleh penulis adalah penelitian jurnal dengan judul "Pemberdayaan dan Fungsi Media dalam Pemberdayaan Masyarakat". Penelitian ini dilakukan oleh Ike Herdiana dari Fakultas Psikologi Universitas Airlangga. Penelitian ini membahas tentang bagaimana peran media dalam memberdayakan masyarakat.

Fokus penelitian ini pada bagaimana peran media sebagai pemberdayaan masyarakat dalam konteks psikologi. Hasil penelitian ini mengharapkan bahwasannya media memiliki konstribusi lebih dalam memberdayakan masyarakat. diharapkan tidak melulu fokus pada rating dan popularitas program semata. Tetapi lebih dari pada hanya sekedar

itu, yaitu sebagai media informasi serta mampu mempengaruhi dan mendidik karna dalam penelitian ini media dikatakan memiliki potensi konstribusi yang signifikan dalam pemberdayaan masyarkat khususnya dalam problem problem psikososial.

Oleh karenanya, penelitian ini amat berkesinambungan dengan penelitian yang akan penulis lakukan. Dimana peran media dalam konteks pemberdayaan mampu memberikan konstribusi lebih bagi masyarakat, sedangkan penelitian penulis lebih kepada bagaimana strategi kreatif media khususnya radio dalam konteks memberdayakan masyarakat.

2. Kerangka Teori

a. Strategi Kreatif Radio

Radio merupakan salah satu dari media massa yang hanya mengandalkan frekuensi suara dibandingkan dengan media massa lainnya. Radio juga saat ini masih terus berkembang berusaha menunjukan eksistensinya. Radio sebagai media massa terus mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dimulai dari zaman Belanda, zaman Jepang, zaman kemerdekaan, dan zaman orde baru. Mulai dari radio yang segmentasinya luas, sampai yang mempersempit diri dalam segmentasi. Sehingga radio yang dulunya bersifat umum, sekarang dikenal dengan radio wanita, radio untuk anak muda, radio untuk remaja, radio khusus berita, radio budaya dan lain sebagainya.

Didalam radio sangat diperhatikan bagaimana cara berkomunikasi terhadap masyarakat, maka beberapa stasiun radio memiliki strategi khas sendiri-sendiri dalam bersiaran atau berkomunikasi agar dapat menarik minat dengar masyarakat sebanyak mungkin. Tingkat persaingan stasiun radio di kota-kota besar dewasa ini cukup tinggi dalam merebut perhatian audience. Salah satu usaha yang dilakukan yakni dengan membawakan acara yang sesuai dengan segmentasi yang dituju sesuai dengan visi dan misi radio itu sendiri dengan pola penyiaran yang menarik. Sehingga banyak diminati oleh audience untuk mendengarkan siaran dari stasiun radio tersebut.

Perencanaan strategi merupakan pemilihan tujuan tujuan dalam sebuah organisasi, penentuan strategi, kebijakan dan program strategis yang diperlukan untuk mencapai tujuan tujuan tersebut serta penetapan metode yang dibutuhkan untuk menjamin bahwa strategi dan kebijakan telah di implementasikan (Morrisan, 2008: 144). Perencanaan strategi stasiun penyiaran tersebut meliputi :

1) Membuat sebuah keputusan mengenai sasaran dan tujuan program penyiaran.
2) Melakukan identifikasi dan sasaran audien.

3) Menetapkan kebijakan atau aturan untuk menentukan strategi yang akan dipilih.
4) Memutuskan strategi yang akan digunakan.

Berdasarkan teori, ada empat tahap kreativitas yaitu metoda, memori, magic dan mutasi. Kreativitas muncul melalui empat tahap yang sangat menekankan pada peran dari ketidaksadaran otak manusia. Artinya, kreativitas dapat muncul karena adanya metoda dan memori yang mendasarinya, namun bila tidak ada sesuatu yang bersifat magis, maka tidak akan berubah menjadi suatu pemikiran baru (Delee, 2012: 41).

Menurut Gilson dan Berkman, yang mana di kutip oleh Rhenald Kasali bahwa proses perumusan strategi kreatif terdiri dari tiga tahap yang mana di lihat dari strategi kreatif sebuah iklan untuk program penyiaran (dalam Kasali, 2007: 81), yaitu:

1) Tahap Petama

   Mengumpulkan serta mempersiapkan segala informasi pemasaran yang tepat agar orang orang kreatif dapat dengan segera menemukan strategi kreatif mereka.
2) Tahap Kedua

   Orang orang kreatif harus masuk kedalam informasi informasi yang telah di dapat untuk menetapkan suatu posisi dan menentukan tujuan sebuah iklan yang dihasilkan. Pada tahap ini, ide ide yang merupakan bagian penting dari seluruh proses perumusan strategi kreatif, dihasilkan dan dikembangkan secara optimal. Untuk memperoleh itu diperlukannya diskusi yang dalam diantara orang orang kreatif.
3) Tahap Ketiga

   Melakukan pemaparan hasil dari proses kreatif tersebut kepada klien agar mendapatkan persetujuan hingga akhirnya siap di eksekusi.

Strategi kreatif suatu program acara setelah dirumuskan akan memasuki tahap proses produksi untuk menjadi sebuah program acara. Menurut Wibowo, proses produksi suatu program acara memiliki tiga tahapan (Wibowo, 2007; 39-40), yaitu:

1) Pra Produksi (perencanaan dan persiapan)

   Pra produksi merupakan tahap yang mana dilaksanakan pada awal sebuah perencanaan dan dilakukan dengan baik dan rinci, maka sebagian pekerjaan dari produksi yang di rencanakan sudah selesai.

   Tahap pra produksi meliputi tiga bagian, sebagai berikut:

a) Penemuan Ide

Tahap ini dimulai ketika seorang produser menemukan ide atau gagasan, membuat riset dan menuliskan naskah atau juga bisa dengan meminta penulis naskah untuk mengembangkannya menjadi sebuah naskah.

b) Perencanaan

Tahap ini meliputi penentuan waktu kerja, penyempurnaan naskah, pemilihan artis, lokasi, crew. Selain juga estimasi biaya, pengadaan biaya dan rencana alokasi merupakan bagian dari perencanaan yang perlu dibuat secara teliti.

c) Persiapan

Tahap ini merupakan penyelesaian semua kontrak, perijinan dan surat menyurat. Latihan para artis serta pembuatan set, meganalisa dan melengkapi peralatan yang dibutuhkan.

2) Produksi

Produksi merupakan seluruh kegiatan liputan baik di studio maupun di lapangan. Proses liputan juga bisa disebut *taping*. Dalam tahap ini sutradara bekerja sama dengan para artis dan *crew* untuk mewujudkan apa yang telah di rencakan di pra produksi.

3) Paska Produksi

Paska produksi adalah semua kegiatan setelah peliputan/*shooting/taping* sampai materi itu dinyatakan selesai produksi dan siap ditayangkan atau diputar kembali. Paska produksi memiliki tiga bagian lagi yaitu *editing offline, editing online* dan mixing.

Oleh karena itu, teori ini menghubungkan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Bagaimana strategi program siaran Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) khususnya penyiaran radio dalam kreativitasnya memproduksi program siaran dalam konteks pemberdayaan masyarakat.

b. Pemberdayaan Masyarakat

Di era sekarang ini, fenomena derasnya terpaan arus globalisasi akan menggeser budaya bangsa, dan mengikis budaya lokal. Dalam mempertahankan eksistensi budaya lokal agar tetap diminati oleh generasi generasi berikutnya, diperlukan upaya untuk mempertahankan budaya lokal itu sendiri. Banyak cara yang dilakukan untuk melestarikan nilai-nilai budaya lokal, salah satunya adalah dapat disampaikan dan disalurkan melalui

media massa, khususnya media lokal yang mengedepankan pemberdayaan untuk menjaga potensi masyarakatnya serta budayanya.

Pemberdayaan merupakan komunitas dengan sumber daya, kesempatan, keahlian serta pengetahuan agar kapasitas komunitas dapat meningkat sehingga bisa berpartisipasi untuk menentukan masa depan warga komunitas itu sendiri (Nasdian, 2014: 51). Artinya, yang di maksud pemberdayaan adalah suatu usaha untuk memberdayakan atau mengembangkan segala potensi yang ada dalam masyarakat agar berkembang. Agar mampu berpartisipasi untuk melangkah kedepan menjadi lebih baik.

Didalam pemberdayaan masyarakat terdapat beberapat pendekatan yang dapat disingkat dengan istilah 5P, yaitu: Pemungkinan, Penguatan, Perlindungan, Penyokongan, dan Pemeliharaan (dalam Suharto, 2005: 67-68):

1. Pemungkinan: menciptakan suasana yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang secara optimal, mampu membebaskan masyarakat dari sekat sekat kultural dan struktural yang menghambat.
2. Penguatan: memperkuat pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki masyarakat memecahkan masalah serta memenuhi kebutuhannya dan juga mampu menumbuhkan segenap kemampuan dan kepercaayaan diri masyarakat untuk menunjang kemandirian mereka.
3. Perlindungan: melindungi masyarakat khususnya kelompok yang lemah agar tidak tertindas, menghindari terjadinya persaingan yang tidak seimbang. Mencegah eksploitasi kelompok kuat terhadap kelompok lemah, haruslah menghapus segala diskriminasi dan dominasi yang merugikan rakyat kecil.
4. Penyokongan: memberikan bimbingan dan agar masyarakat mampu menjalankan peranan serta tugas tugas kehidupannya karna pemberdayaan harus mampu menyokong masyarakat agar tidak terpinggirkan.
5. Pemeliharaan: memelihara kondisi yang kondusif agar mampu menjamin keselarasan dan keseimbangan yang memungkinkan setiap orang memperoleh kesempatan berusaha.

Pemberdayaan dapat pula dilakukan dengan melalui tiga aras atau matra pemberdayaan (Suharto, 2005: 66-67) yaitu:

1. Aras Mikro, yaitu merupakan pemberdayaan yang dilakukan secara individu melalui bimbingan, konseling, *stress management* dll. Tujuannya adalah membimbing ataupun melatih yang diberdayakan untuk menjalani tugas tugasnya dalam kehidupannya. Aras ini juga sering disebut dengan pendekatan yang yang berpusat pada tugas.
2. Aras Mezzo, yaitu merupakan pemberdayaan yang dilakukan terhadap suatu kelompok, dimana dilakukan dengan menggunakan kelompok sebagai media intervensi. Pendidikan dan pelatihan, dinamika kelompok biasanya digunakan sebagai strategi dalam meningkatkan kesadaran pengetahuan, keterampilan agar memiliki kemampuan dalam memecahkan masalah yang dihadapinya.
3. Terakhir adalah Aras Makro, atau yang biasa disebut juga sebagai Strategi Sistem Besar (*large system strategy*). Karena pada dasarnya sasaran perubahan diarahkan pada sistem lingkungan yang lebih luas. Perumusan kebijakan, perencanaan sosial, kampanye. Aksi sosial, *lobbying*, pengorganisasian masyarakat, manajemen konflik, adalah beberapa strategii dalam pendekatan ini. Strategi Sistem Besar memandang klien sebagai orang yang memiliki kompetensi untuk memahami situasi situasi mereka sendiri, dan untuk memilih serta menentukan strategi yang tepat untuk bertindak.

Pemberdayaan masyarakat terdapat beberapa pendekatan dalam pelaksanaanya. Oleh karena itu, penulis berusaha mengaitkan bagaimana pendekatan yang dilakukan berdasarkan teori yang dipaparkan dalam buku Edi Suharto dengan apa yang dilakukan Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) dalam konteks memberdayaakan masyarakat pada program siaran radio RSPD Klaten.

c. Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL)

Mengutip Liliek dan Noor Irfan (Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 12, No. 3, Desember 2014:249) bahwa badan dunia United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) melihat Lembaga Penyiaran Publik (LPP) mempunyai peran yang cukup penting dalam menyediakan akses dan partisipasi dalam kehidupan publik. Khususnya di negara berkembang, LPP dapat berperan dalam mempromosikan akses ke pendidikan dan kebudayaan, mengembangkan pengetahuan, dan mendorong interaksi antara warga negara. Bagi sebagian besar penduduk dunia, terdiri dari penduduk wilayah pedesaan yang sangat

besar dan orang-orang buta huruf, radio dan televisi tetap TIK yang paling tersedia dan luas, dengan radio di tempat pertama sebagai media komunikasi utama.

Lembaga Penyiaran Publik (LPP) masuk kedalam undang undang nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran. Pada pasal 14 ayat 1 UU nomor 32 tahun 2002 disebutkan bahwa Lembaga Penyiaran Publik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 ayat 2 huruf a adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat. Sedangkan pasal yang sama pada ayat 3 Di daerah provinsi, kabupaten, atau kota dapat didirikan LembagaPenyiaran Publik lokal.

Pasal 14 UU nomor 32 tahun 2002 itu akhirnya diperkuat oleh peraturan pemerintah nomor 11 tahun 2005 mengenai penyelenggaraan Lembaga Penyiaran Publik.Pasal 1 ayat (3) PP menyebutkan: ”Lembaga Penyiaran Publik Lokal adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh pemerintah daerah, menyelenggarakan kegiatan penyiaran radio atau penyiaran televisi, bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat yang siarannya berjaringan dengan Radio Republik Indonesia (RRI) untuk radio dan Televisi Republik Indonesia (TVRI) untuk televisi.” Melalui UU 32/2002 dan PP 11 tahun 2005 tersebut pemerintah berusaha memberi peluang bagi Radio Siaran Pemerintah Daerah (RSPD) atau Radio Khusus Pemerintah Daerah (RKPD)untuk menyesuaikan dengan UU Penyiaran, dan dapat menjalankan fungsi dan peran strategisnya dengan baik (Liliek dan Noor Irfan, Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 12, No. 3, Desember 2014:249).

Pasal 4, yang berbunyi “RRI, TVRI, dan Lembaga Penyiaran Publik Lokal bertujuan menyajikan program siaran yang mendorong terwujudnya sikap mental masyarakat yang beriman dan bertakwa, cerdas, memperkukuh integrasi nasional dalam rangka membangun masyarakat mandiri, demokratis, adil dan sejahtera, serta menjaga citra positif bangsa.” Dari pasal tersebut, penulis berusaha menyimpulkan bahwa Lembaga Penyiaran Publik Lokal harus lah membuat program siaran yang mampu membuat masyarakat menjadi mandiri, demokratis, adil dan juga sejahtera sehingga mampu menjaga citra positif bangsa.

Berikutnya, Pasal 6 pada ayat (1) mengatakan bahwasannya “Lembaga Penyiaran Publik Lokal menyelenggarakan kegiatan siaran lokal”. dapat disimpulkan bahwa program siaran LPPL sepantasnya memuat unsur unsur lokalitas yang terdapat di daerah setempat. Lalu, masih pada pasal yang sama, ayat (2) mengatakan “Untuk menunjang peningkatan

kualitas operasional penyiaran, Lembaga Penyiaran Publik Lokal dapat menyelenggarakan kegiatan siaran iklan dan usaha lain yang sah yang terkait dengan penyelenggaraan penyiaran". Pada ayat ini, menjelaskan bahwa untuk meningkatkan kualitas operasional, LPPL diperbolehkan menyelenggarakan siaran iklan serta usaha lain yang yang legal berdasarkan ketentuan peraturan pemerintah.

Lalu, pada pasal 14 ayat (1) menjelaskan bahwasannya sumber pembiayaan RRI, TVRI, dan Lembaga Penyiaran Publik Lokal berasal dari iuran penyiaran, Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) atau AnggaranPendapatan dan Belanja Daerah (APBD), sumbangan masyarakat, siaran iklan, dan juga usaha lain yang sah yang terkait dengan penyelenggaraan penyiaran. Lalu pada ayat (2) juga menjelaskan bahwasannya penerimaan yang diperoleh dari sumber pembiayaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan penerimaan negara yang dikelola langsung secara transparan untuk membiayai Lembaga Penyiaran Publik sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pendirian Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Radio dan Televisi pemerintah daerah dapat memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat serta melestarikan budaya daerah untuk kepentingan seluruh masyarakat. Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) radio dan televisi Pemerintah Daerah (Pemda) adalah Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) yang menyelenggarakan kegiatan penyiaran radio dan televisi bersifat Indenpenden, netral, tidak komersil, dan berfungsi memberikan pelayanan untuk kepentingan masyarakat. Disamping itu LPPL TV dan Radio pemerintah daerah mempunyai tugas memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial dan budaya, serta melestarikan kebudayaan bangsa khususnya kebudayaan daerah dan untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat melalui penyelenggaraan siaran daerah yang menjangkau seluruh wilayah daerahnya (Yantos, Jurnal RISALAH, Vol. 26, No. 2, Juni 2015: 94-95).

Oleh karena itu, sebagaimana Peraturan Pemerintah (PP) nomor 11 tahun 2005 yang telah dipaparkan di atas, penulis berusaha mengaitkan dengan objek penelitian penulis yaitu Radio Siaran Publik Daerah (RSPD) Klaten yang merupakan bagian dari Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL).

d. Analisis SWOT (*Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats*)

Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor yang disusun secara sistematis dalam upaya membentuk perencenaan strategis yang efektif (Rangkuti, 2006). Sederhananya, analisis ini berdasarkan pada logika yang bertujuan untuk memaksimalkan setiap kekuatan (*Strenghts*) dan peluang (*opportunities*) lalu meminimalisir setiap kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) sehingga perencanaan strategis tersebut dapat terlaksana secara efektif.

Analisis SWOT merupakan perpecahan dari faktor lingkungan internal yang mana mencakup kekuatan (*strenghts*) dan kelemahan (*weakness*), lalu faktor eksternal yang mencakup peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT membandingkan dari kedua faktor tersebut.

Hasil dari analisis ini adalah untuk membuat sebuah keputusan strategis yang dirancang untuk meminimalisir dampak dari faktor negatif dan meningkatkan bagian pada faktor faktor positif. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Nuranisak Sugesti S. Dan Achmad Holil Noor Ali (Suci, Skripsi, 2018; 24-25) bahwa:

> "*Analisa SWOT dilakukan dengan mengidentifikasi kekuatan dan faktor faktor positif yang berasal dari internal organisasi; kelemahan dan faktor faktor negatif dari internal; peluang atau kesempatan dan keuntungan daro faktor eksternal dan ancaman atau resiko."*

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini mengacu pada sudut pandang informan maupun partisipan yang diminta memberikan data atau informasi, pendapat mengenai objek penelitian ini. Hasil penelitian ini dituangkan melalui kalimat demi kalimat secara deskriptif dan sistematis. Hasil penelitian ini tidak mengacu pada angka statistik ataupun secara bilangan. Semua hasil penelitian ini baik gambar, video maupun suara di paparkan secara deskriptif. Pada penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kontruktivist, yang mana konsep konstruktivist merupakan bagian dari postpositivisme interpretif hanya saja, konsep konstuktivist memiliki beberapa pengertian khusus. Konstruktivist sama halnya dengan interpretif, yaitu menolaknya obyektivitas. Positivist mengacu pada fakta yang empirik sedangkan konstruktivist memiliki pandangan bahwa yang ada adalah pemaknaan mengenai sesuatu hal yang di konstruk. Realitas tersebut dibangun sehingga menciptakan pluralistik, yaitu realitas dapan di

kemukakan melalui bahasa ataupun beragam simbol. Konstruktivist menawarkan fungsi instrumental dan fungsi praktis dalam mengkonstruk pengetahuan. Konstruktivist merupakan anti esensialis, yang mana mereka beranggapan bahwa self evidensi apapun itu merupakan produk praktik diskursus yang sangat kompleks (Muhadjir, 2000).

Penelitian ini berlangsung dua bulan, yaitu pada perkiraan bulan Oktober - Desember, yang meliputi wawancara terhadap informan serta observasi yang dilakukan oleh peneliti. Lokasi penelitian dilakukan di Jawa Tengah di sebuah radio RSPD Klaten. Dalam penelitian kali ini peneliti menggunakan *purposive sampling*, teknik sampling ini digunakan pada penelitian-penelitian yang lebih mengutamakan tujuan penelitian dari pada sifat populasi dalam menentukan sample penelitian. Narasumber yang dipilih dalam penelitian ini adalah seorang direktur atau kepala dari radio publik lokal itu sendiri, *programmer* dan tim kreatif dari program siaran radionya.

Dalam pengumpulan data, peneliti melakukan observasi, wawancara dan melakukan studi pustaka. Dari secara keseluruhan data yang telah dikumpulkan, data akan di analisis dengan mereduksi, penyajian data hingga penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Hasil dan Pembahasan

1. Strategi Kreatif Program Acara Ketoprak

Untuk merancang sebuah program acara media penyiaran khususnya media penyiaran publik tentu tidak mudah. Haruslah melewati berbagai tahapan oleh tim produksi ataupun tim kreatif agar mampu menghasilkan program acara yang menarik dan bermanfaat bagi audien. Tahapan yang dimaksud adalah pra produksi, produksi dan paska produksi.

Perencanaan strategi merupakan pemilihan tujuan tujuan dalam sebuah organisasi, penentuan strategi, kebijakan dan program strategis yang diperlukan untuk mencapai tujuan tujuan tersebut serta penetapan metode yang dibutuhkan untuk menjamin bahwa strategi dan kebijakan telah di implementasikan (Morrisan, 2008: 144). Perencanaan strategi stasiun penyiaran tersebut meliputi :

1. Membuat sebuah keputusan mengenai sasaran dan tujuan program penyiaran.
2. Melakukan identifikasi dan sasaran audien.
3. Menetapkan kebijakan atau aturan untuk menentukan strategi yang akan dipilih.
4. Memutuskan strategi yang akan digunakan.

Hal ini terwujud di dalam program pagelaran Ketoprak RSPD Klaten, yang mana RSPD Klaten membuat sebuah program pagelaran Ketoprak dengan sebuah tujuan. Program Ketoprak memiliki tujuan untuk bisa menjadi sebuah wadah bagi setiap paguyuban/kelompok seniman Ketoprak. Program Ketoprak juga mengidentifikasi sasaran audien yang ingin dicapai yaitu anak anak hingga pemuda pemudi dikalangan masyarakat.

Oleh karena itu, tim pelaksana dari program pagelaran Ketoprak menyisipkan pagelaran Ketoprak pelajar sebelum dimulainya pagelaran Ketoprak senior. Ketoprak pelajar ini diambil dari finalis-finalis Festival Ketoprak Pelajar Klaten.. Hal tersebut demi menciptakan suatu regenerasi dimasa yang akan datang agar Ketoprak tetap lestari. selain Ketoprak pelajar, juga ada Ketoprak pejabat dan wartawan yang mana pagelaran Ketoprak tersebut dimainkan oleh para pejabat daerah Kabupaten Klaten dan para wartawan.

Strategi kreatif suatu program acara setelah dirumuskan akan memasuki tahap proses produksi untuk menjadi sebuah program acara. Menurut Wibowo, proses produksi suatu program acara memiliki tiga tahapan (Wibowo, 2007; 39-40), yaitu:

1. Pra Produksi (perencanaan dan persiapan)

Pra produksi merupakan tahap yang mana dilaksanakan pada awal sebuah perencanaan dan dilakukan dengan baik dan rinci, maka sebagian pekerjaan dari produksi yang di rencanakan sudah selesai. Tahap pra produksi meliputi tiga bagian, yaitu penemuan ide, perencanaan dan persiapan. Penemuan Ide yaitu merupakan tahap yang mana dimulai ketika seorang produser menemukan ide atau gagasan, membuat riset dan menuliskan naskah atau juga bisa dengan meminta penulis naskah untuk mengembangkannya menjadi sebuah naskah. Program acara pagelaran ketoprak muncul bukan tanpa sebab. Program acara pagelaran ketoprak muncul karena RSPD yang menampung aspirasi masyarakat yang membutuhkan sebuah hiburan. Tetapi RSPD tidak menjadikannya hanya sebagai hiburan juga tetapi membuat sebuah konsep dimana program tersebut bisa bermanfaat bagi masyarakat sekitar. Perencanaan yaitu merupakan tahap yang mana meliputi penentuan waktu kerja, penyempurnaan naskah, pemilihan artis, lokasi, crew. Selain juga estimasi biaya, pengadaan biaya dan rencana alokasi merupakan bagian dari perencanaan yang perlu dibuat secara teliti. Pada umumnya, perencanaan program adalah yang bertujuan dalam memproduksi atau membeli program yang akan di berikan kepada audien. Oleh karena itu, kepuasan audiens menjadi suatu hal yang penting dalam kesuksesan suatu program. Seperti halnya pada Radio Siaran Publik Daerah (RSPD) Klaten, yang terdapat pada program acara

Ketoprak yang di siarkan secara langsung di halaman kantor RSPD Klaten. Yang mana program tersebut memiliki tim pelaksana yang merupakan gabungan dari berbagai elemen seniman yang ada di Kabupaten Klaten.

Tim pelaksana pada program acara Ketoprak inilah yang bertugas mengemas program tersebut sedemikian rupa sehingga mampu menarik minat masyarakat untuk datang menyaksikannya. Tentu untuk sampai pada tahap seperti itu memerlukan perencanaan yang matang agar semua berjalan sesuai rencana. Karna pada dasarnya program ini merupakan salah satu program yang selalu dinantikan oleh masyarakat Kabupaten Klaten.

Radio Siaran Publik Daerah (RSPD) Klaten memiliki dua tahapan dalam merumuskan strategi kreatifitasnya sebelum akhirnya menciptakan program acara pagelaran Ketoprak, yaitu:

a. Tahap Pertama

Radio Siaran Publik Daerah (RSPD) Klaten turut mengumpulkan segala informasi dan aspirasi masyarakat. Masyarakat Klaten berharap adanya suatu hiburan yang juga bisa menjadi sebuah tuntunan bagi masyarakat. Sehingga aspirasi tersebut dikembangkan sehingga hadirlah program pagelaran Ketoprak yang merupakan sebuah hiburan malam hari bagi masyarakatnya tetapi juga bermanfaat dan terbentuklah panitia pelaksana tetap yang terdiri dari Pemerintah Daerah Klaten, RSPD Klaten, Dewan Boso Jawi, Dewan Kesenian Klaten dan Omah Wayang.

b. Tahap Kedua

Setelah itu orang orang kreatif harus masuk kedalam informasi informasi yang telah di dapat untuk menetapkan suatu posisi dan menentukan tujuan program acara yang dihasilkan. Pada tahap ini, ide ide yang merupakan bagian penting dari seluruh proses perumusan strategi kreatif, dihasilkan dan dikembangkan secara optimal. Untuk memperoleh itu diperlukannya diskusi yang dalam diantara orang orang kreatif. Orang orang kreatif dari program pagelaran ketoprak tidak lain dan tidak bukan adalah para tim panitia pelaksana tetap tersebut. Mereka berdiskusi dan merancang program pagelaran tersebut sedemikian rupa demi terwujudnya sebuah program pagelaran ketoprak yang tidak hanya sebagai hiburan tetapi juga bermanfaat bagi masyarakat sekitar.

Dari kedua tahapan tersebut telah sesuai dengan perumusan strategi kreatif milik Gilson dan Berkman yang dikutip oleh Rhenald Kasali. Tetapi, pada tahapan ketiga yaitu melakukan presentasi kepada seluruh tim produksi agar mendapat persetujuan sebuah program acara untuk dilaksanakan. Hal tersebut jarang terjadi pada proses kreatif program acara pagelaran Ketoprak. Karena proses kreatif tersebut harus sesuai persetujuan dari seluruh tim pelaksana terlebih dahulu sehingga program tersebut dapat di produksi.

Pada tahap perencanaan ini, pada bulan oktober hingga november adalah bulan-bulan dimana tim pelaksana melakukan perencanaan yaitu perekrutan seniman ketoprak yang akan tampil pada tahun yang akan datang dari berbagai komunitas/paguyuban. Untuk bisa tampil di program acara pagelaran Ketoprak adalah semua kalangan yaitu dari berbagai paguyuban/komunitas, hampir setiap kecamatan mempunyai komunitas tersebut. Lalu, pada bulan desember, kurang lebih sebelas penampil telah dipastikan tampil dan terjadwal di tahun yang akan datang. Susunan jadwal tersebut disusun sedemikian rupa sesuai dengan bertepatannya sebuah isu pada bulan tersebut. Misalnya adalah ketika malam jumat legi pada bulan kelima adalah hari pendidikan, maka tema yang diusung pada hari itu adalah mengenai pendidikan. Tidak jarang juga menyisipkan pagelaran Ketoprak pelajar.

Program acara Ketoprak RSPD Klaten ini diagendakan setiap malam Jum'at *legi*, ditentukannya hari tersebut hal tersebut tidak ada alasan yang signifikan mengapa di langsungkan pada malam Jum'at *legi*. Ditentukannya hari tersebut hanya sebagai pakem agar menjadi sebuah *branding* dari program tersebut dan mudah di ingat. Di tentukannya hari tersebut juga berdasarkan kalender jawa dikarnakan adat Kabupaten Klaten yang mana merupakan masyarakat jawa.

Oleh karena itu proses eksekusi ini masuk kedalam tahap dimana programmer menentukan waktu yang tepat untuk pelaksanaannya. Tergantung pada bagaimana sasaran atau target audien yang seperti apa yang akan di tujukan. Program acara Ketoprak yang merupakan program siaran dari Radio Siaran Publik Daerah (RSPD) Klaten ini dilaksanakan pada malam jum'at *legi* pukul 20.00 WIB hingga pukul 02.00 dini hari. Mengacu pada teori, waktu tersebut masuk pada kategori *prime time* 19.30 – 23.00 dan *late fringe time* 23.00 – 01.00.

Waktu prime time merupakan waktu siaran yang paling banyak menarik penonton. Selain itu, penonton pada waktu tersebut amat sangat beragam dari tua, muda, anak anak dan lain sebagainya berada pada waktu tersebut (Morrisan, 2008; 344). Oleh karena itu, penonton

ataupun pendengar dari program tersebut dari berbagai kalangan usia, tidak terbatas oleh siapapun itu.

Persiapan yaitu tahap yang mana merupakan penyelesaian semua kontrak, perijinan dan surat menyurat. Latihan para artis serta pembuatan set, meganalisa dan melengkapi peralatan yang dibutuhkan. Setelah melakukan sebuah perencanaan dan sebelum pelaksanaan berlangsung tim pelaksana tentu mempersiapkan segala hal yang diperlukan untuk hari pelaksanaan. Pembuatan *setting* panggung, persiapan atau gladi resik ketoprak dan lain sebagainya. Latihan para penampil dilakukan satu hingga dua kali sebelum dimulainya pelaksanaan. Sehingga harapannya proses pelaksanaan pun bisa berlangsung dengan lancar.

2. Produksi/Pelaksanaan

Produksi merupakan seluruh kegiatan liputan baik di studio maupun di lapangan. Proses liputan juga bisa disebut *taping*. Dalam tahap ini sutradara bekerja sama dengan para artis dan *crew* untuk mewujudkan apa yang telah di rencakan di pra produksi. Pelaksanaan program mencakup agenda penayangan program sesuai dengan tahap perencanaan yang telah di tentukan sebelumnya. Manajer program melakukan koordinasi dengan bagian traffic dalam menentukan jadwal penyangan dan berkonsultasi dengan manajer promosi dalam mempersiapkan promo bagi program yang bersangkutan (Morrisan, 2008; 342).

Pelaksanaan program pada program Ketoprak ini adalah hasil dari perencanaan itu sendiri. Karena sifat program ini sendiri adalah penyiaran langsung. Oleh karena itu, proses perencanaan menjadi proses yang cukup berat karna didalam proses perencanaan itu sendiri harus lah matang sehingga proses eksekusi program pun lancar sesuai dengan rencana. Pada saat pagelaran Ketoprak berlangsung, saat itu juga berlangsung siaran langsungnya melalui frekuensi suara. Secara teknis, hal tersebut hanya dengan menggunakan kabel yang terhubung dengan pemancar radio sehingga program pagelaran Ketoprak bisa di dengarkan oleh audien.

Pada saat eksekusi program masing masing elemen menempatkan dirinya masing masing sesuai dengan tugasnya atau memandu acara sesuai dengan script yang sudah disusun. Setelah eksekusi program berlangsung dan selesai bukan berarti semua tahapan sudah selesai. Masih menyisakan satu tahapan berikutnya yaitu evaluasi pelaksanaan programnya.

3. Paska Produksi

Paska produksi adalah semua kegiatan setelah peliputan/*shooting/taping* sampai materi itu dinyatakan selesai produksi dan siap ditayangkan atau diputar kembali. Paska produksi memiliki tiga bagian lagi yaitu *editing offline, editing online* dan mixing. Melalui perencanaan, setiap media penyiaran menetapkan rencana dan tujuan yang akan di capai. Sedangkan, proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau di wujudkan oleh media penyiaran, departemen dan karyawan (Morrisan, 2008; 354).

Setiap perencanaan yang telah dirancang dan di konsep sedemikian rupa, tidak menutup kemungkinan bahwa tetap akan ada kendala yang akan menghadang proses pelaksanaan program tersebut. Oleh karenanya, tim pelaksana dari program Ketoprak ini pun selalu melakukan evaluasi sebagai mana mestinya teori yang telah di sampaikan sebelumnya. Program acara ketoprak tidak melakukan tahap ini secara langsung paska acara selesai. Tetapi, tim pelaksana melakukan evaluasi setiap tiga bulan sekali. Pembahasan mengenai evaluasi itu sendiri adalah mengenai kendala apa yang terjadi yang mampu menghambat proses pelaksanaan tersebut. Yang umum terjadi biasanya adalah mengenai teknis dilapangan seperti tidak hadirnya satu penampil atau juga mengenai cuaca yang sedang tidak bersahabat. Hujan sering kali menjadi kendala yang mempengaruhi ramai tidaknya penonton yang hadir. Walaupun dengan adanya tenda untuk penonton, tidak mempengaruhi minat penonton untuk datang jika sedang hujan karna tenda penonton pun terbatas.

Tahap evaluasi dalam program Ketoprak ini dilakukan setiap 3 bulan hingga 6 bulan sekali. Lalu ada masa dimana evaluasi akhir tahun sekaligus dengan perencanaan untuk tahun berikutnya. Menyusun seniman ketoprak yang akan tampil di program Ketoprak RSPD Klaten di tahun yang akan datang.

Demi meningkatkan sebuah strategi perencanaan yang baik, penulis berusaha menganalisa program acara pagelaran Ketoprak dengan menggunakan analisis SWOT, yaitu kekuatan (*strenghts*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dihadapi oleh program acara pagelaran Ketoprak RSPD Klaten, yaitu:

SWOT Analysis

Program Acara Pagelaran Ketoprak	
Strenghts	a. Mengangkat sebuah kesenian ketoprak sehingga seniman ketoprak bisa menunjukan eksistensinya di era modern b. Memberdayakan para seniman ketoprak agar kesenian ketoprak tetap lestari c. Menciptakan regenerasi seniman ketoprak dengan memberdayakan para seniman ketoprak pelajar d. Program yang dilaksanakan dimalam hari yang mana waktu bebas dari aktifitas, sehingga berpotensi banyaknya audien yang hadir e. Program yang dilaksanakan secara siaran langsung (pagelaran), sehingga bisa di tonton. f. Tidak adanya proses editing karena bersifat siaran langsung, sehingga dapat meminimalisir waktu dan juga *baudget* g. Pagelaran Ketoprak yang mana bersifat tematik, seperti halnya Ketoprak Penjabat dan Wartawan.
Weakness	a. Program ini diselenggarakan hanya kurang lebih satu bulan sekali, sehingga seniman Ketoprak yang diberdayakan terbatas sedangkan objek yang diberdayakan banyak. b. Dana yang diperuntukan program ini terbatas, sehingga konteks pemberdayaan juga terbatas. c. Pagelaran dilaksanakan hingga dini hari, sehingga tidak bisa dinikmati oleh anak

	anak atau pekerja yang esok hari bekerja. d. Secara keseluruhan program ini menggunakan bahasa jawa, sehingga audien dari luar jawa akan kesulitan dalam memahami program ini. e. Proses evaluasi yang tidak dilakukan secara berkala, sehingga akan mampu mempengaruhi proses pengembangan program melalui perencanaan pra produksi.
Opportunities	a. Program ini bekerja sama dengan pihak lain, sehingga tingkat keberhasilan program ini besar dan pasar audien pun luas. b. Dengan adanya program ini memicu semangat usaha kecil menengah, sehingga hal tersebut berpeluang meningkatkan kemajuan ekonomi masyarakat.
Threats	a. Semakin banyaknya media penyiaran swasta di era saat ini membuat daya persainganpun semakin kuat, sehingga program ini akan kehilangan massa nya ketika tidak mampu bersaing secara kreatif. b. Program ini dilaksanakan dihalaman kantor RSPD Klaten (Outdoor), sehingga jika terjadi cuaca buruk akan mempengaruhi minat para audien untuk menikmati secara langsung.

b. Strategi Kreatif Program Acara Wayang Kulit

Pagelaran Wayang Kulit RSPD Klaten merupakan suatu bentuk penemuan artistik yang dihasilkan dari sesuatu yang tidak ada dan berdasarkan imajinasi lalu menjadi sebuah produk yang bermanfaat bagi lingkungan sekitar. Yang mana media penyiaran radio merupakan media yang bersifat auditif lalu dengan adanya pagelaran Wayang Kulit ini berevolusi menjadi sebuah visualisasi yang dapat disaksikan oleh masyarakat Klaten. hal tersebut merupakan sesuatu yang tidak ada sebelumnya sebagai mana yang diungkapkan oleh Delee. Sama halnya seperti program acara pagelaran Ketoprak. Sebab keduanya merupakan program acara yang selaras dan beriringan.

Perencanaan strategi merupakan pemilihan tujuan tujuan dalam sebuah organisasi, penentuan strategi, kebijakan dan program strategis yang diperlukan untuk mencapai tujuan tujuan tersebut serta penetapan metode yang dibutuhkan untuk menjamin bahwa strategi dan kebijakan telah di implementasikan (Morrisan, 2008: 144). Perencanaan strategi stasiun penyiaran tersebut meliputi :

1. Membuat sebuah keputusan mengenai sasaran dan tujuan program penyiaran.
2. Melakukan identifikasi dan sasaran audien.
3. Menetapkan kebijakan atau aturan untuk menentukan strategi yang akan dipilih.
4. Memutuskan strategi yang akan digunakan.

Hal ini terwujud juga di dalam program pagelaran Wayang Kulit RSPD Klaten, yang mana RSPD Klaten menciptakan sebuah program pagelaran Wayang Kulit bukanlah tanpa tujuan. Selain menjadikannya sebuah hiburan masyarakat juga program Wayang Kulit memiliki tujuan untuk bisa menjadi sebuah wadah bagi setiap dalang dalang yang ada di Kabupaten Klaten. Program Wayang Kulit juga mengidentifikasi sasaran audien yang ingin dicapai yaitu anak anak hingga pemuda pemudi dikalangan masyarakat.

Oleh karena itu, tim pelaksana dari program pagelaran Wayang Kulit juga turut menyisipkan dalang cilik sebelum dimulainya pagelaran Wayang Kulit senior. Dalang cilik ini merupakan bagian dari sanggar kesenian Omah Wayang yang ada di Kabupaten Klaten. Hal tersebut demi menciptakan suatu regenerasi dimasa yang akan datang agar kesenian tradisional Wayang Kulit tetap lestari.

Strategi kreatif suatu program acara setelah dirumuskan akan memasuki tahap proses produksi untuk menjadi sebuah program acara. Menurut Wibowo, proses produksi suatu program acara memiliki tiga tahapan (Wibowo, 2007; 39-40), yaitu:

1. Pra Produksi (perencanaan dan persiapan)

Pra produksi merupakan tahap yang mana dilaksanakan pada awal sebuah perencanaan dan dilakukan dengan baik dan rinci, maka sebagian pekerjaan dari produksi yang di rencanakan sudah selesai. Tahap pra produksi meliputi tiga bagian, yaitu penemuan ide, perencanaan dan persiapan. Tahap pada penemuan ide ini dimulai ketika seorang produser menemukan ide atau gagasan, membuat riset dan menuliskan naskah atau juga bisa dengan meminta penulis naskah untuk mengembangkannya menjadi sebuah naskah. Radio Siaran Publik Daerah (RSPD) Klaten telah melakukan pengumpulan informasi yang mana hal itu merupakan aspirasi masyarakat.

Pada tahap perencanaan yaitu tahap ini meliputi penentuan waktu kerja, penyempurnaan naskah, pemilihan artis, lokasi, crew. Selain juga estimasi biaya, pengadaan biaya dan rencana alokasi merupakan bagian dari perencanaan yang perlu dibuat secara teliti. Seperti pada program acara Ketoprak, pada program Wayang Kulit pun memiliki perencanaan yang diharapkan mampu menunjang keberhasilan dan kelancaran dari pada pagelaran Wayang Kulit tersebut. Sehingga sama halnya dengan program acara Ketoprak, perencanaan yang terdapat pada program ini sangat amat penting ketika semua telah di rencanakan secara matang akan mampu menjadi daya tarik tersendiri bagi para penonton maupun pendengar. Oleh karenanya, dengan susunan rencana yang di buat oleh tim pelaksana akan berpotensi bertambahnya kuantitas dari penonton maupun pendengar dan juga dapat mempengaruhi efektifitas dalam memberdayakan para dalang serta karawitannya (pengiring musik) jika hal tersebut dikemas secara kreatif.

Radio Siaran Publik Daerah (RSPD) Klaten memiliki dua tahapan dalam merumuskan strategi kreatifitasnya sebelum akhirnya menciptakan program acara pagelaran Wayang Kulit, yaitu:

a. Tahap Pertama

Radio Siaran Publik Daerah (RSPD) Klaten mengumpulkan serta mempersiapkan segala informasi pemasaran yang tepat agar orang orang kreatif dapat dengan segera menemukan strategi kreatif mereka. Sebelum terciptanya program acara pagelaran Wayang Kulit pun berlaku sama. Radio Siaran Publik Daerah (RSPD) Klaten turut

mengumpulkan segala informasi dan aspirasi masyarakat. Sehingga aspirasi tersebut dikembangkan dan terbentuk panitia pelaksana tetap yang terdiri dari Pemerintah Daerah Klaten, RSPD Klaten, Dewan Boso Jawi, Dewan Kesenian Klaten, Omah Wayang dan PEPADI (Persatuan Dalang Indonesia).

b. Tahap Kedua

Orang orang kreatif harus masuk kedalam informasi informasi yang telah di dapat untuk menetapkan suatu posisi dan menentukan tujuan program acara yang dihasilkan. Pada tahap ini, ide ide yang merupakan bagian penting dari seluruh proses perumusan strategi kreatif, dihasilkan dan dikembangkan secara optimal. Untuk memperoleh itu diperlukannya diskusi yang dalam diantara orang orang kreatif. Orang orang kreatif dari program pagelaran ketoprak tidak lain dan tidak bukan adalah para tim panitia pelaksana tetap tersebut. Mereka berdiskusi demi terwujudnya sebuah program pagelaran Wayang Kulit yang tidak hanya sebagai hiburan tetapi juga bermanfaat bagi masyarakat sekitar.

Dari kedua tahapan tersebut telah sesuai dengan perumusan strategi kreatif milik Gilson dan Berkman yang dikutip oleh Rhenald Kasali. Tetapi, pada tahapan ketiga yaitu melakukan presentasi kepada seluruh tim produksi agar mendapat persetujuan sebuah program acara untuk dilaksanakan. Hal tersebut jarang terjadi pada proses kreatif program acara pagelaran Wayang Kulit sama halnya seperti program pagelaran Ketoprak. Karena proses kreatif tersebut harus sesuai persetujuan dari seluruh tim pelaksana terlebih dahulu sehingga program tersebut dapat di produksi.

Program acara Wayang Kulit merupakan program yang tidak dibuat hanya sekedar hiburan. Tetapi dalam pembuatan program ini terdapat visi sama halnya dengan program acara Ketoprak pada malam Jum'at *legi* yang mana kedua program ini mampu menjadi wadah untuk memberdayakan potensi yang ada khususnya dalam kesenian tradisional sehingga budaya tersebut tetap lestari dan konsisten dalam menciptakan generasi penerus dimasa yang akan datang. Sehingg hal tersebut sangat agar bermanfaat bagi masyarakat Klaten dan bahkan bagi seluruh masyarakat Indonesia.

Jika program acara Ketoprak di agendakan pada malam Jum'at *legi*, berbeda dengan program acara Wayang Kulit. Program acara Wayang Kulit di agendakan pada malam Selasa *kliwon* setiap bulannya. Tim panitia pelaksana pada program acara pagelaran Wayang Kulit melakukan perencanaan pada tahun sebelumnya sekitar bulan September hingga November. Setiap elemen menghadirkan masing masing sepuluh dalang. Dewan Kesenian Klaten

menghadirkan sepuluh dalang, RSPD Klaten sepuluh dalang dan Persatuan Pedalangan Indonesia (PEPADI) sepuluh orang. Lalu semua dalang tersebut di ringkas kembali jumlahnya sesuai dengan malam selasa *kliwon* yang ada ditahun berikutnya. Misalnya, pada tahun berikutnya yang akan datang ada sebelas kali malam selasa kliwon dalam satu tahun. Maka dari tiga puluh dalang tersebut dikurasi menjadi sebelas dalang untuk tampil di program acara pagelaran Kulit RSPD Klaten. yang menjadi kurator untuk penampil tersebut yaitu dari Organisasi Persatuan Pedalangan Indonesia (PEPADI). Untuk lakon atau cerita yang akan dimainkan itu menjadi kewenangan penampil.

Program siaran langsung Wayang Kulit ini diadakan pukul 19.00 WIB sampai pukul 03.55 WIB dini hari. Tetapi, proses *on air* nya dimulai pukul 21.00 WIB dan sedangkan, untuk pukul 19.00 WIB hingga 20.30 WIB di isi dengan dialog interaktif yang mana dalang yang akan tampil menjadi narasumbernya. Saat berlangsungnya on air dialog interaktif, saat itu juga menampilkan pagelaran Wayang Kulit yang menampilkan para seniman cilik termasuk dalang cilik juga, hanya saja bagian ini tidak termasuk pada saat *on air*. Untuk siapa dalang cilik yang akan tampil pada program pagelaran Wayang kulit tersebut menjadi kewenangan Omah Wayang. RSPD Klaten hanya memberikan ruang atau memfasilitasi untuk hal tersebut. Program dalang cilik ini guna menciptakan generasi penerus di masa yang akan datang serta memotivasi seluruh masyarakat agar tetap melestarikan kesenian tradisional.

Waktu tersebut merupakan waktu yang masuk pada kategori *prime time* 19.30 – 23.00 dan *late fringe time* 23.00 – 01.00. Waktu prime time merupakan waktu siaran yang paling banyak menarik penonton. Selain itu, penonton pada waktu tersebut amat sangat beragam dari tua, muda, anak anak dan lain sebagainya berada pada waktu tersebut (Morrisan, 2008; 344). Oleh karena itu, penonton ataupun pendengar dari program tersebut dari berbagai kalangan usia, tidak terbatas oleh siapapun itu. Target pendengar ataupun penonton pada program siaran langsung Wayang Kulit ini tidak menutup kemungkinan semua kalangan masyarakat. Karna pada dasarnya kesenian Wayang Kulit memiliki filosofi tersendiri baik sebagai hiburan ataupun sebagai tuntunan. Ketika proses pagelaran itu berlangsung, banyak masyarakat dari berbagai usia untuk menikmati acara tersebut. Bahkan pedagang kaki lima pun turut memanfaatkan program acara ini untuk mengais rezeki. Sehingga program acara Wayang Kulit ini tidak jauh berbeda dengan program Ketoprak. Kedua program tersebut selalu menjadi program yang dinantikan oleh masyarakat. Persiapan yaitu tahap yang merupakan penyelesaian semua kontrak, perijinan dan surat menyurat. Latihan para artis serta

pembuatan set, meganalisa dan melengkapi peralatan yang dibutuhkan. Tim Pelaksana juga mengatur waktu untuk latihan dalang dan para niaga agar mampu membangun kerja sama yang baik, berlaku juga bagi para dalang cilik. Hal tersebut dilakukan minimal satu kali sebelumnya hari pelaksanaan. Melengkapi peralatan, *setup* panggung dan lain sebagainya.

2. Produksi

Produksi merupakan seluruh kegiatan liputan baik di studio maupun di lapangan. Proses liputan juga bisa disebut *taping*. Dalam tahap ini sutradara bekerja sama dengan para artis dan *crew* untuk mewujudkan apa yang telah di rencakan di pra produksi. Pelaksananaan program acara pagelaran Wayang Kulit merupakan agenda penayangan program sesuai dengan proses perencanaan yang sudah di tentukan sebelumnya. Manajer program melakukan koordinasi dengan bagian traffic dalam menentukan jadwal penyangan dan berkonsultasi dengan manajer promosi dalam mempersiapkan promo bagi program yang bersangkutan (Morrisan, 2008; 342).

Tahap pelaksanaan pada program acara Wayang Kulit atau pun program acara Ketoprak merupakan program acara yang disiarkan secara langsung. Artinya, proses produksi yang dimaksud pada program ini adalah proses pelaksanaan atau bisa dikatakan juga sebagai tahap eksekusi. Ketika proses perencanaan telah rampung, maka masuk tahap produksi yang merupakan proses segala pembuatan program itu sendiri seperti ide lalu musik seperti apa yang akan dimainkan dan lain sebagainya. Lalu, setelah itu masuk tahap eksekusi. Tahap dimana hari proses pra produksi yang mencakup segala perencanaan dan persiapan di uji kematangannya. Program acara Wayang Kulit ini dilaksanakan pukul 19.00 WIB sampai pukul 03.55 WIB dini hari. Tetapi, proses on air nya dimulai pukul 21.00 WIB dan sedangkan, untuk pukul 19.00 WIB hingga 20.30 WIB di isi dengan dialog interaktif yang mana dalang yang akan tampil menjadi narasumbernya. Saat berlangsungnya on air dialog interaktif, saat itu juga menampilkan pagelaran Wayang Kulit yang menampilkan para seniman cilik termasuk dalang cilik juga, hanya saja bagian ini tidak termasuk pada saat on air. Program dalang cilik ini guna menciptakan generasi penerus di masa yang akan datang serta memotivasi seluruh masyarakat agar tetap melestarikan kesenian tradisional.

3. Paska Produksi

Paska produksi adalah semua kegiatan setelah peliputan/*shooting/taping* sampai materi itu dinyatakan selesai produksi dan siap ditayangkan atau diputar kembali. Paska produksi memiliki tiga bagian lagi yaitu *editing offline*, *editing online* dan mixing. Sama

halnya seperti program acara Ketoprak, berlaku juga dengan program acara Wayang Kulit. Keduanya memang merupakan program unggulan serta sifat programnya pun sama, yaitu merupakan program yang disiarkan langsung di halaman kantor RSPD Klaten. Oleh karenanya, keduanya pun memiliki perencanaan, yaitu menetapkan rencana dan tujuan yang akan di capai. Sedangkan, proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau di wujudkan oleh media penyiaran, departemen dan karyawan (Morrisan, 2008; 354). Oleh karena itu, pada tahap ini merupakan tahap akhir dimana proses pengawasan adalah proses *controlling* dimana program tersebut sesuai dengan prosedur atau justru keluar dari prosedur. Sedangkan evalusasi yaitu mengacu pada pencapaian yang mempengaruhi kelancaran acara yang tidak masuk dalam susunan perencanaan sehingga tidak terkordinir dengan baik.

Di dalam program acara pagelaran Wayang Kulit ini pada tahap paska produksi atau paska pelaksanaan disini tidak lah melakukan banyak hal. Paska pelaksanaan pagelaran program acara Wayang Kulit disini adalah setelah pelaksanaan dalam satu tahun, lalu dilakukannya tahap evaluasi. Didalam sebuah pelaksanan tentu ada saja kendala yang akan di hadapi seperti halnya tadi yang sudah penulis paparkan sebelumnya, seperti hujan dan lain sebagainya. Tim pelaksana dari program acara Wayang Kulit ini juga melakukan evaluasi, yang mana evaluasi ini tidak dilakukan paska acara selesai, melainkan evaluasi yang dilakukan bersamaan dengan perencanaan untuk tahun berikutnya. Pengawasan dan evaluasi perlu dilakukan berdasarkan hasil kerja ataupun kinerja yang dapat diukur supaya fungsi pengawasan tersebut bisa berjalan secara maksimal dan efektif. Seperti halnya kendala dalam hal banyaknya dalang yang mendaftar sehingga untuk tampil di RSPD hanya bisa satu kali dalam beberapa tahun.

Dengan banyaknya potensi dalang di Kabupaten Klaten, hal itu membuat para dalang yang sudah tampil, harus menunggu lama untuk bisa tampil lagi di pagelaran Wayang Kulit RSPD Klaten. Karena waktu pagelaran itu sendiri sebulan sekali pada malam Selasa *kliwon*, sedangkan dalang di Kabupaten Klaten cukup banyak.

Demi meningkatkan sebuah strategi perencanaan yang baik, penulis berusaha menganalisa program acara pagelaran Wayang Kulit juga dengan menggunakan analisis SWOT, yaitu kekuatan (*strenghts*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dihadapi oleh program acara pagelaran Wayang Kulit RSPD Klaten sebagai berikut:

SWOT Analysis

Program Acara Pagelaran Wayang Kulit	
Strenghts	a. Program ini mengangkat sebuah kesenian tradisional Wayang Kulit, sehingga kesenian tradisional ini akan tetap lestari b. Program ini memberdayakan para dalang dalang Wayang Kulit, sehingga dalang dalang tersebut terwadahi dengan adanya program ini. c. Program ini juga mewadahi para dalang dalang cilik, sehingga akan menciptakan regenerasi di masa depan. d. Program ini dilaksanakan di malam hari, sehingga berpotensi menghadirkan banyak audien sebab waktu tersebut merupakan waktu yang senggang. e. Pagelaran wayang kulit ini dilaksanakan secara langsung, sehingga program ini bisa dinikmati secara langsung di halaman kantor RSPD Klaten. f. Tidak adanya proses editing karena bersifat siaran langsung, sehingga dapat meminimalisir waktu dan juga *baudget*
Weakness	a. Program ini diselenggarakan hanya kurang lebih satu bulan sekali, sehingga seniman dalang Wayang Kulit yang diberdayakan terbatas sedangkan objek yang diberdayakan banyak. b. Dana yang diperuntukan program ini terbatas, sehingga konteks pemberdayaan juga terbatas. c. Pagelaran dilaksanakan hingga dini hari, sehingga tidak bisa dinikmati oleh anak

	anak atau pekerja yang esok hari bekerja. d. Secara keseluruhan program ini menggunakan bahasa jawa, sehingga audien dari luar jawa akan kesulitan dalam memahami program ini. e. Proses evaluasi yang tidak dilakukan secara berkala, sehingga akan mampu mempengaruhi proses pengembangan program melalui perencanaan pra produksi.
Opportunities	a. Program ini bekerja sama dengan pihak lain, sehingga tingkat keberhasilan program ini besar dan pasar audien pun luas. b. Dengan adanya program ini memicu semangat usaha kecil menengah, sehingga hal tersebut berpeluang meningkatkan kemajuan ekonomi masyarakat.
Threats	a. Semakin banyaknya media penyiaran swasta di era saat ini membuat daya persainganpun semakin kuat, sehingga program ini akan kehilangan massa nya ketika tidak mampu bersaing secara kreatif. b. Program ini dilaksanakan dihalaman kantor RSPD Klaten (Outdoor), sehingga jika terjadi cuaca buruk akan mempengaruhi minat para audien untuk menikmati secara langsung.

c. Pemberdayaan Masyarakat Dalam Program Acara Ketoprak dan Wayang Kulit

Pemberdayaan merupakan komunitas dengan sumber daya, kesempatan, keahlian serta pengetahuan agar kapasitas komunitas dapat meningkat sehingga bisa berpartisipasi untuk menentukan masa depan warga komunitas itu sendiri (Nasdian, 2014: 51).

Seperti yang telah disampaikan oleh Fredian, yang di maksud pemberdayaan adalah suatu usaha untuk memberdayakan atau mengembangkan segala potensi yang ada dalam masyarakat agar berkembang. Agar mampu berpartisipasi untuk melangkah kedepan menjadi lebih baik. Didalam pemberdayaan juga terdapat beberapa pendekatan yaitu;

Pemberdayaan dapat pula dilakukan dengan melalui tiga aras atau matra pemberdayaan (Suharto, 2005: 66-67) yaitu:

1. Aras Mikro, yaitu merupakan pemberdayaan yang dilakukan secara individu melalui bimbingan, konseling, *stress management* dll. Tujuannya adalah membimbing ataupun melatih yang diberdayakan untuk menjalani tugas tugasnya dalam kehidupannya. Aras ini juga sering disebut dengan pendekatan yang yang berpusat pada tugas.
2. Aras Mezzo, yaitu merupakan pemberdayaan yang dilakukan terhadap suatu kelompok, dimana dilakukan dengan menggunakan kelompok sebagai media intervensi. Pendidikan dan pelatihan, dinamika kelompok biasanya digunakan sebagai strategi dalam meningkatkan kesadaran pengetahuan, keterampilan agar memiliki kemampuan dalam memecahkan masalah yang dihadapinya.
3. Terakhir adalah Aras Makro, atau yang biasa disebut juga sebagai Strategi Sistem Besar (*large system strategy*). Karena pada dasarnya sasaran perubahan diarahkan pada sistem lingkungan yang lebih luas. Perumusan kebijakan, perencanaan sosial, kampanye. Aksi sosial, *lobbying*, pengorganisasian masyarakat, manajemen konflik, adalah beberapa strategi dalam pendekatan ini. Strategi Sistem Besar memandang klien sebagai orang yang memiliki kompetensi untuk memahami situasi situasi mereka sendiri, dan untuk memilih serta menentukan strategi yang tepat untuk bertindak.

Mengacu pada teori, program acara Ketoprak dan Wayang Kulit berdasarkan pengamatan penulis merupakan program pemberdayaan yang masuk pada kategori aras Mezzo. Hal tersebut dapat dilihat bahwa kedua program tersebut memberdayakan para

kelompok seniman terlepas dari itu Ketoprak ataupun Dalang pada Wayang Kulit. Mereka diberdayakan dengan tampil di muka umum dan di siarkan langsung melalui frekuensi jaringan radio. Dengan tampilnya mereka, diharapkan mampu mengasah keterampilannya serta mampu mengatasi masalah yang akan dihadapi seperti halnya terpaan globalisasi.

Selain memberdayakan dalang dalang yang ada di Kabupaten Klaten ini, pada program Wayang Kulit ini juga senantiasa memberdayakan dalang cilik untuk tampil di program yang dilaksanakan di malam selasa kliwon itu. Sedangkan untuk program acara Ketoprak selain memberdayakan para pelajar, program ini pun turut mengembangkannya untuk lebih jauh. Oleh karena itu, bukan hanya pelajar ataupun generasi muda. RSPD ingin mengembangkan lebih jauh lagi seperti halnya ketoprak yang di perankan oleh para penjabat Kabupaten Klaten. sehingga para penjabat pun diaharapkan turut mendukung pelestarian kesenian tradisional dan juga para wartawan di hari pers nasional yang mana akan menampilkan ketoprak wartawan.

Dari strategi pemberdayaan diatas tersebut tidak terlepas dari pendekatan pendekatan dalam pemberdayaan itu sendiri, pendekatan tersebut dikenal dengan istilah 5P, yaitu: Pemungkinan, Penguatan, Perlindungan, Penyokongan, dan Pemeliharaan (dalam Suharto, 2005: 67-68):

1. Pemungkinan: menciptakan suasana yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang secara optimal, mampu membebaskan masyarakat dari sekat sekat kultural dan struktural yang menghambat. Kedua program tersebut berusaha mengoptimalkan potensi kesenian Ketoprak dan Wayang Kulit yang ada di Kabupaten Klaten sehingga mampu membebaskan masyarakat dari terpaan globalisasi yang akan berdampak pada punahnya kesenian tradisional.
2. Penguatan: memperkuat pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki masyarakat memecahkan masalah serta memenuhi kebutuhannya dan juga mampu menumbuhkan segenap kemampuan dan kepercaayaan diri masyarakat untuk menunjang kemandirian mereka. Seniman tradisional baik Ketoprak maupun Wayang Kulit senantiasa di dorong oleh kedua program RSPD tersebut dengan memberikan kesempatan untuk tampil dihadapan publik sehingga mampu menumbuhkan kemampuan dan kepercayaan diri agar tetap lestari ditengah tengah terpaan globalisasi.

3. Perlindungan: melindungi masyarakat khususnya kelompok yang lemah agar tidak tertindas, menghindari terjadinya persaingan yang tidak seimbang. Mencegah eksploitasi kelompok kuat terhadap kelompok lemah, haruslah menghapus segala diskriminasi dan dominasi yang merugikan rakyat kecil. Melalui kedua program tersebut, RSPD Klaten melindungi kesenian Ketoprak dan Wayang Kulit agar tidak tertindas oleh kesenian modern saat ini agar tercipta persaingan yang menuntut kesenian tradisional agar lebih kreatif. Sehingga kesenian tradisional mampu didominasi juga oleh kawula muda.
4. Penyokongan: memberikan bimbingan dan agar masyarakat mampu menjalankan peranan serta tugas tugas kehidupannya karna pemberdayaan harus mampu menyokong masyarakat agar tidak terpinggirkan. Melalui kedua program tersebut, RSPD Klaten memberikan bimbingan terhadap seniman Ketoprak dan Wayang Kulit berupa pengalaman tampil di publik, sehingga kesenian Ketoprak dan Wayang Kulit pun tidak terlupakan.
5. Pemeliharaan: memelihara kondisi yang kondusif agar mampu menjamin keselarasan dan keseimbangan yang memungkinkan setiap orang memperoleh kesempatan berusaha. Kedua program tersebut memberikan kesempatan kepada setiap paguyuban Ketoprak dan Wayang Kulit untuk tampil, oleh karenanya untuk bisa tampil kembali pada kedua program tersebut harus menunggu beberapa bulan hingga tahun karena kedua program tersebut diagendakan kurang lebih satu tahun sebelas kali sedangkan objek pemberdayaan banyak.

Radio Siaran Publik Daerah (RSPD) Klaten merupakan media penyiaran lokal yang berada dibawah naungan Pemerintah Daerah (Pemda) Klaten. Hal tersebut sesuai dengan Peraturan Pemerintah (PP) nomor 11 tahun 2005 mengenai penyelenggaraan Lembaga Penyiaran Publik pada pasal 1 ayat (3) menyebutkan bahwasannya Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh pemerintah daerah, menyelenggarakan kegiatan penyiaran radio atau televisi yang bersifat independen, netral, tidak komersial dan juga berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat.

Mengacu pada kedua program Radio Siaran Publik Daerah (RSPD) Klaten yaitu program acara pagelaran Ketoprak dan Wayang Kulit. Yang mana kedua program tersebut merupakan program yang mengangkat kesenian lokal, kesenian tradisional masyarakat jawa. Hal tersebut sesuai dengan Peraturan Pemerintah (PP) nomor 11 tahun 2005 pasal 6 ayat (1)

bahwasannya Lembaga Penyiaran Lokal (LPPL) menyelenggarakan kegiatan siaran lokal. Kedua program tersebut memang merupakan bentuk lokalitas dari masyarakat jawa itu sendiri sehingga diangkat oleh Radio Siaran Publik Daerah (RSPD) Klaten menjadi sebuah program acaranya.

Dari segi pembiayaan kedua program tersebut juga telah sesuai pasal 14 ayat (1) yang mana menjelaskan bahwa pembiayaan RRI, TVRI dan LPPL berasal dari iuran penyiaran, Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) dan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD), sumbangan masyarakat, siaran iklan dan juga usaha lainnya. Program acara pagelaran Ketoprak dan Wayang Kulit pun demikian. Kedua program tersebut dalam penyelenggaraan setiap bulannya menggunakan dana Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) serta usaha lainnya.

Oleh karena itu, Radio Siaran Publik Daerah (RSPD) Klaten telah sesuai sebagai mana fungsinya yang tercantum dalam Peraturan Pemerintah (PP) nomor 11 tahun 2005 yang mana RSPD Klaten memberikan pelayanan kepada masyarakat khususnya melalui program acara pagelaran Ketoprak dan Wayang Kulit dengan sebuah harapan program tersebut mampu bermanfaat bagi masyarakat Klaten dan juga seluruh Indonesia. Dengan adanya kedua program tersebut seniman seniman kesenian tradisional khususnya Ketoprak dan Wayang Kulit Kabupaten Klaten tidak perlu khawatir lagi dalam memikirkan bagaimana nasib kesenian wayang di masa yang akan datang. Sebab, RSPD Klaten telah membuat program yang memicu harapan baru yang mana bisa menciptakan regenerasi seniman wayang dimasa yang akan datang.

Namun, temuan mengenai sifat RSPD Klaten itu sendiri tidak sesuai dengan apa yang ada dalam Peraturan Pemerintah nomor 11 tahun 2005 pasal 1 ayat (3). Sebagaimana yang diungkapkan oleh Pimpinan Studio RSPD Klaten, sebagai berikut:

> *"Jadi begini, radio lppl ini radio dibawah pemerintah Kabupaten Klaten yang memiliki peran dan tugas secara fungsi untuk menyiarkan hasil-hasil pembangunan di Kabupaten Klaten juga aktivitas masyarakat yang dilakukan oleh masyarakat itu sendiri, juga e... menayangkan soal-soal kegiatan e... mengenai pementasan seni dan budaya yang ada di Kabupaten Klaten setiap waktu setiap saat yang sudah diagendakan"* (wawancara dengan H. Moch Isnaeni, tanggal 29 November 2017)

Karna pada dasarnya Radio Siaran Publik Daerah (RSPD) Klaten merupakan bentuk dari perpanjangan Radio Republik Indonesia (RRI) hanya saja beroperasi khusus daerah.

> *"Jadi, lppl itu sesungguhnya e... kepanjangan dari e... RRI sesungguhnya di daerah, jadi daerah itu RRI nya Kabupaten itu lppl. E... radio ini dibawah pemerintah e.. setempat kalau RPD ini di bawah pemerintah Kabupaten Klaten. Di bawah kendali, di bawah pembinaan, di bawah pengawasan. Oleh karena itu radio ini e... dari sisi pembiayaan dibiayai juga oleh pemerintah Kabupaten Klaten. Sementara untuk radio yang lain itu yang ini swasta merupakan radio yang sifatnya mandiri e.. tidak e.. terpancang dan tidak di bawah pemerintah Kabupaten yang ada begitu*" (wawancara dengan H. Moch Isnaeni, tanggal 29 November 2017)

Hal tersebut tidak sesuai dengan Peraturan Pemerintah nomor 11 Tahun 2005 pasal 1 ayat (3), yang mana menjelaskan bahwasannya Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) merupakan lembaga yang bersifat independen dan netral. Sedangkan, RSPD Klaten berada dibawah kendali Pemerintah Daerah Kabupaten Klaten.

Penutup

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh penulis, maka dari itu dapat disimpulkan bahwasannya sebagai berikut :

1. Program acara pagelaran Ketoprak memiliki tiga tahapan strategi kreatif (pra, produksi/pelaksanaan, paska) dalam konteks pemberdayaan masyarakatnya. Konsep pemberdayaan yang di angkat oleh program acara pagelaran Ketoprak merupakan strategi pemberdayaan dengan konsep Aras Mezzo, yaitu yang dilakukan dengan memberikan pengalaman dan pelatihan demi meningkatkan keterampilan serta memberdayakan dan mewadahi paguyuban paguyuban ketoprak sehingga kesenian tradisional tetap lestari. Konsep tersebut juga tidak terlepas dari lima pendekatan sebuah pemberdayaan yang disingkat menjadi 5P; Pemungkinan, Penguatan, Perlindungan, Penyokongan, dan Pemeliharaan.
2. Program acara pagelaran Wayang Kulit juga memiliki tiga tahapan strategi kreatif (Pra, Produksi/Pelaksanaan, Paska) dalam konteks pemberdayaan masyarakatnya. Program acara pagelaran Wayang Kulit melalui masa pra produksi dengan melakukan perencanaan dimana perencanaan tersebut dilakukan kurang lebih pada bulan September – Oktober yaitu meliputi perekrutan para dalang dalang yang ada di Klaten lalu melakukan penjadwalan untuk tahun yang akan datang. Lalu hingga akhirnya memasuki persiapan pagelaran dengan melakukan latihan ataupun gladi resik Konsep pemberdayaan yang di angkat oleh program acara pagelaran Wayang Kulit merupakan strategi pemberdayaan dengan konsep Aras Mezzo yaitu dengan

memberikan pengalaman dan pelatihan demi meningkatkan keterampilan serta mewadahi para dalang dalang yang ada di Klaten dan juga memberdayakan potensi kesenian tradisional agar tetap lestari. Konsep tersebut juga tidak terlepas dari lima pendekatan sebuah pemberdayaan yang disingkat menjadi 5P; Pemungkinan, Penguatan, Perlindungan, Penyokongan, dan Pemeliharaan.

3. Hambatan pada kedua program tersebut yaitu berdasarkan kelemahan dan ancaman pada analisis SWOT. Program ini diselenggarakan hanya kurang lebih satu bulan sekali, sehingga seniman seniman yang diberdayakan terbatas sedangkan objek yang diberdayakan banyak. Dana yang diperuntukan program ini juga terbatas, sehingga konteks pemberdayaan juga terbatas. Pagelaran dilaksanakan hingga dini hari, sehingga tidak bisa dinikmati oleh anak anak atau pekerja yang esok hari beraktivitas. Secara keseluruhan program ini menggunakan bahasa jawa, sehingga audien dari luar jawa akan kesulitan dalam memahami program ini dan juga program ini dilaksanakan dihalaman kantor RSPD Klaten (*Outdoor*), sehingga jika terjadi cuaca buruk akan mempengaruhi minat para audien untuk menikmati secara langsung.

Dalam penelitian ini penulis menyadari, penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian, penulis hanya meneliti strategi kreatif program acara pada radio lokal yaitu Ketoprak dan Wayang Kulit dalam konteks pemberdayaan masyarakat. Hal tersebut tidak lebih mendalam terhadap bagaimana kondisi atau situasi objek pemberdayaannya. Sehingga, dapat diperluas dengan observasi terhadap objek yang diberdayakan mengenai hasil dari pemberdayan tersebut.

Berikut ini merupakan saran dari hasil pembahasan penelitian Strategi Kreatif Program Acara Lembaga Penyiaran Publik Lokal Dalam Konteks Pemberdayaan Masyarakat (Studi Deskriptif terhadap program Ketoprak dan Wayang Kulit RSPD Klaten) yaitu meningkatkan kreatifitas, kualitas, serta kuantitas SDM dan program acaranya, khususnya dalam konteks pemberdayaan masyarakat. Menciptakan ide ide yang menarik, unik dan juga bermanfaat bagi masyarakat sekitar. Untuk pemerintah dan RSPD Klaten agar program pagelaran Ketoprak dan Wayang Kulit tidak hanya di laksanakan satu bulan sekali, karena mengacu pada banyaknya seniman seniman tradisional yang harus di berdayakan. Untuk tim pelaksana agar bisa lebih sering melakukan evaluasi secara berkala, agar dapat melihat potensi pengembangan kedua program tersebut lebih jauh. Menjalankan kembali *platform streaming* RSPD Klaten, agar RSPD Klaten dapat dinikmati oleh seluruh masyarakat

Indonesia dimanapun berada. Harapannya untuk RSPD Klaten dan Radio Publik Lokal lainnya saling berkompetisi dalam meningkatkan kualitas program acaranya yang bermanfaat bagi masyarakat sekitarnya khususnya dalam hal pemberdayaannya.

Saran akademis yang penulis berikan yaitu perlunya pendalaman materi lebih lanjut mengenai strategi kreatif program radio khususnya radio lokal. Dalam proses wawancara dengan narasumber perlu lebih mendalam dan memahami apa yang akan di tanyakan serta pemilihan narasumber yang juga kompeten sesuai dengan objek yang akan diteliti. Bagi penelitian selanjutnya agar lebih jeli dalam menemukan jenis penelitian baru dan juga dengan metode baru. Bisa dengan survey masyarakat yang diberdayakan oleh program Ketoprak dan Wayang Kulit RSPD Klaten dan juga tentu dengan memperbanyak referensi materi dari sumber manapun mengenai program acara radio lokal dan pemberdayaan masyarakat.

Daftar Pustaka

Billah, Alim. (2012). "Strategi Kreatif Program Acara Klinong Klinong Campursari dan Langenswara Di Jogja TV." Skripsi Sarjana, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

Delee. (2012). *Magic of Creative Preneur*. :ABNG Publishing.

Effendy, Rochmad. "Program Siaran Interaktif (Talk Back Radio) Sebagai Ruang Publik Masyarkat Untuk Mengembangkan Demokrasi Lokal: Studi Pada Program "Citra Publika*"* Radio Citra 87,9 FM Kota Malang". *Jurnal Komunikasi*, Volume 9 No 1 (Oktober, 2014), hal 1-16.

Isnaini, Ari Dwi. (2012). "Strategi Program Acara Radio Swasta Lokal." Skripsi Sarjana, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

Kasali, Rhenald. (2007). *Manajemen Periklanan*. Jakarta: PT Utama Grafiti

Lubis, Mila. "Radio masih memiliki tempat di hati pendengarnya." http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2016/RADIO-MASIH-MEMILIKI-TEMPAT-DI-HATI-PENDENGARNYA.html (akses 9 April 2017)

Muhadjir, Noeng. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin.

Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Rahardjo, Turnomo. "Masa Depan Lembaga Penyiaran Publik". *Jurnal Komunikasi,* No. 9, (Oktober 2014): 1-16).

Suharto, Edi. (2005). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung: PT Refika Aditama.

Siswandi dan Yoyok RM. (2006). *Pendidikan Seni Budaya*. Yogyakarta: Yudhistira Ghalia Indonesia.

Nasdian, Fredian Tony. (2014). *Pengembangan Masyarakat.* Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Wibowo, Fred. (2007). *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher.

Wiratmo, Liliek Budiastuti. Noor, Irfan. "Persoalan Kelembagaan dalam Pengelolaan Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Radio di Jawa Tengah," *Jurnal Ilmu Komunikasi*, III (Desember, 2014), hal. 248-258.