

BAB II

DESKRIPSI RBTV DAN PROGRAM ACARA LEYEH-LEYEH

A. Riwayat Perusahaan

Ide mendirikan stasiun televisi siaran lokal berawal dari semangat dua orang putra daerah Yogyakarta, yakni Wahyu Sudarmawan, S.E., S.H, M.Si yang didukung oleh tokoh keradioan Yogyakarta, Aris Yudianto S.H yang memiliki keinginan untuk turut serta berpartisipasi membangun daerah sesuai kemampuan dan ilmu yang dimiliki masing-masing. Hal ini juga didukung dengan Undang-undang Republik Indonesia nomor 22 tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah serta Undang-undang Republik Indonesia nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran. Dengan hadirnya Undang-undang tersebut, maka peluang para pelaku usaha lokal untuk mendirikan usaha televisi siaran menjadi terbuka, sehingga disepakatilah kerja sama sinergis dengan menyusun visi dan misi usaha untuk merancang dan membangun televisi lokal di Yogyakarta. Segala dokumen pendirian televisi siaran disusun oleh Wahyu Sudarmawan berikut dengan proses pengajuan perizinan mulai ditempuh dengan mengacu pada ketentuan Undang-undang Republik Indonesia nomor 1 tahun 2005 tentang Perseroan Terbatas. Maka didirikanlah Perseroan dengan nama PT. Reksa Birama Media berdasarkan Akta Pendirian Perseroan Terbatas nomor 1 pada tanggal 1 Juli 2003 di Sleman Yogyakarta dihadapan Notaris Maria Muslimatun, S.H. Serta disahkan dengan Surat Keputusan Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia nomor C-03760 HT.01.01.TH.2004 pada tanggal 16 Februari 2004. Akta perubahan Pernyataan Keputusan Rapat nomor 20/2004 pada tanggal 27 Juli 2004 dan juga akta perubahan Pernyataan Keputusan Rapat nomor 30/2004 pada tanggal 6 Oktober 2004 dibuat dihadapan Anhar Rusli, S.H selaku notaris di Yogyakarta (Wahyu Sudarmawan, Presiden Direktur RBTV, Hasil wawancara, 4 November 2016).

B. Izin Usaha

Izin penyelenggaraan siaran RBTV dimulai dengan akta Perseroan Terbatas tersebut di atas. Manajemen RBTV meminta rekomendasi pendirian televisi lokal kepada Gubernur DIY Sri Sultan Hamengku Buwono X dan disetujui melalui dikeluarkannya hak untuk mengelola usaha RBTV pada kanal 40 UHF berdasarkan izin penyelenggaraan siaran televisi lokal dari Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta nomor 483/0924 tertanggal 12 Maret 2004, Surat Keputusan Dinas Perhubungan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta nomor 188.4/602 tentang Penetapan Izin Saluran Frekuensi Televisi Siaran Swasta Lokal PT. Reksa Birama Media tertanggal 14 April 2004 serta Tanda Izin Gangguan (HO) dari Kepala Dinas Perekonomian Kota Yogyakarta nomor 503-1977/247.PA/2003 tertanggal 29 Desember 2003 serta Izin Stasiun Radio (ISR) dan Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP) DEPKOMINFO RI yang dikeluarkan DIRJEN POSTEL Departemen Komunikasi dan Informatika di Jakarta nomor 01416294-000SU/2020102011 pada tanggal 5 Mei 2010. Siaran RBTV mulai mengudara pertama kali pada hari Minggu, 15 Agustus 2004 pukul 18.00 sampai 19.00 WIB dengan program acara perdananya, yakni KOLABORASI (Komedi, Lagu-lagu, dan Bursa Informasi) yang berisikan lagu-lagu campursari.

Izin menggunakan kanal frekuensi dari Dinas Perhubungan Provinsi DIY menempati kanal 40 yang bekerja pada jalur frekuensi antara 622 sampai dengan 630 MHz, lebih spesifik bahwa frekuensi pembawa gambar bekerja pada 623.25 MHz dan frekuensi pembawa suara bekerja pada 628.75 MHz. Penggunaan frekuensi ini telah sesuai dengan tabel alokasi frekuensi radio Indonesia yang dikeluarkan oleh Direktorat Bina Frekuensi Radio, Direktorat Jenderal Pos dan Telekomunikasi, dan juga Departemen Perhubungan Republik Indonesia di Jakarta.

Selanjutnya dengan memerhatikan kaidah bahwa frekuensi gelombang radio adalah milik ranah publik yang pemanfaatan sebesar-besarnya harus untuk kepentingan masyarakat banyak, maka dilibatkanlah beberapa pihak yang mempunyai pandangan dan keinginan yang sama dalam mengelola televisi siaran, diantaranya: Agus Yuniarso;

Iwan Boediwanto, MBA; Toddy Dwi Arnanto; Tossy Dwi Murwanto; dan Prof. DR. M. Suyanto, M.M untuk turut serta membangun dan merancang manajemen televisi lokal yang diharapkan dapat mengikuti dinamika kehidupan masyarakat Yogyakarta dan dipercaya serta dibutuhkan sebagai media hiburan, informasi, dan pendidikan bagi masyarakat Yogyakarta dan kota-kota di sekitarnya yang terjangkau oleh siaran RBTv. Keterlibatan para pihak yang memiliki kesepahaman keinginan dalam mengelola televisi lokal ini diwujudkan dengan disusunnya akta perubahan Pernyataan Keputusan Rapat nomor 20/2004 pada tanggal 27 Juli 2004 dan akta perubahan Pernyataan Keputusan Rapat nomor 30/2004 pada tanggal 06 Oktober 2004 dihadapan Anhar Rusli, S.H selaku Notaris di Yogyakarta. Namun pada awal tahun 2005, Agus Yuniarso menyatakan keinginannya untuk mundur dari kepemilikan saham PT. Reksa Birama Media dan hal tersebut disetujui oleh seluruh pemegang saham untuk dibeli salah satu pemegang saham yang lain.

RBTv memulai siarannya dari studio siaran di Jalan Jagalan nomor 36 A Yogyakarta pada 16 Agustus 2004 dengan memanfaatkan studio rekaman audio Romeo Bravo yang diatur ulang menjadi layaknya sebuah studio siaran televisi. Adapun atas dasar pemenuhan ketentuan peraturan perundang-undangan, maka pemancar transmisi siaran pada tahun 2010 dipindahkan dari stasiun transmisi Jagalan Yogyakarta ke stasiun transmisi yang berada di Dusun Ngoro, Bukit Pathuk, Gunung Kidul hingga saat ini. Dengan segala keterbatasannya, RBTv sejak awal selalu senantiasa berkomitmen untuk dapat memenuhi kebutuhan pemirsanya di Yogyakarta dan juga kota-kota sekitarnya. Pada tahun 2005, RBTv telah mampu bersiaran rata-rata selama 14 jam siaran perhari mulai pukul 06.00 WIB sampai dengan 22.00 WIB dengan menyajikan beragam acara hiburan, informasi, dan pendidikan. Seiring dengan perkembangan acaranya, maka pada tanggal 1 Desember 2012, studio produksi siaran RBTv dipindahkan ke studio yang lebih luas, yakni di Universitas AMIKOM Yogyakarta, agar bisa menyajikan program acara yang lebih variatif. Jumlah siarannya

pun ditingkatkan menjadi 21 jam sehari, yakni dari pukul 05.00 WIB sampai dengan 01.00 WIB dini hari.

C. RBTV Sebagai Stasiun Televisi Swasta Berjaringan

Sebagai sebuah televisi lokal yang memiliki jangkauan terbatas, tentunya tak mudah bagi RBTV untuk bersaing dengan televisi “nasional” yang berpusat di Jakarta yang disebabkan oleh ketidakadilan persaingan. Stasiun-stasiun televisi “nasional” tersebut dapat mencapai skala ekonomi yang besar. Hal ini tentunya tak dimiliki oleh stasiun-stasiun televisi lokal.

Berdasarkan penelitian Nuryanto Lilik mengenai perilaku khalayak penonton, menunjukkan bahwa hanya 11 persen khalayak yang menonton televisi lokal berdasarkan data AC Nielson. Berdasarkan data tersebut, artinya kesempatan televisi lokal untuk menarik penonton lokal hanya 10 persen dari 100 persen program siaran nasional. Hal ini membuat pembagian kue iklan alih-alih tetap bermuara di pusat Ibu Kota provinsi. Temuan AC Nielson ini seolah menjadi “momok” bagi televisi lokal yang tentu saja merasa dirugikan (Wibowo dan Kurniawati dalam Sukmono dan Nurudin, 2017: 145).

Hal ini juga diakui oleh Wahyu Sudarmawan selaku Presiden Direktur RBTV. Dalam wawancaranya, beliau mengatakan bahwa membiayai sebuah stasiun televisi membutuhkan biaya yang besar. Harus selalu ada pengembangan program dikarenakan sifatnya yang dinamis. Televisi harus bisa mencari iklan yang dapat membiayai sementara belanja iklan sebagian besar berada di Jakarta (Wahyu Sudarmawan, Presiden Direktur RBTV, Hasil wawancara, 4 November 2016).

Padahal, kehadiran stasiun televisi lokal memiliki efek yang besar bagi masyarakat setempat. Kehadiran televisi lokal mampu membuka lapangan pekerjaan dan juga merangsang tumbuhnya rumah produksi maupun biro iklan lokal. Lembaga pendidikan pun turut menanggung rezeki. Mahasiswa yang belajar disiplin ilmu komunikasi dan penyiaran di luar Jakarta dapat memperoleh peluang kerja cukup luas

di pertelevisian di daerahnya, tanpa harus merantau ke Jakarta. Iklan di televisi pun akan mendorong penjualan produk-produk lokal sehingga turut mendukung penyehatan ekonomi lokal. Berdasarkan hal-hal tersebut di atas, maka sistem televisi berjaringan merupakan jalan keluar yang paling masuk akal untuk mengatasi permasalahan eksistensi televisi lokal di Indonesia (Armando, 2011: 52-55).

Dalam sistem televisi berjaringan, stasiun-stasiun televisi lokal tak perlu menjadi stasiun-stasiun independen yang membiayai produksi programnya secara mandiri. Stasiun televisi lokal tersebut dapat membawa program siaran yang didistribusikan oleh stasiun induk jaringan. Bahkan, hampir dapat dipastikan, mayoritas program yang disiarkannya tidak berasal dari stasiun televisi lokal itu, namun dari induk jaringan. Dengan cara ini, stasiun televisi lokal dapat tumbuh sehat (Armando, 2011: 55).

Untuk itu, pada tahun 2011, RBTV memutuskan untuk melakukan kerja sama dengan salah satu televisi “nasional”, yakni KOMPAS TV dengan pembagian jam siaran RBTV selama 4,5 jam dan KOMPAS TV selama 19,5 jam. Kerja sama ini dibangun dilandasi oleh kesamaan misi dalam mengembangkan program pendidikan. Melalui kerja sama dengan KOMPAS TV tersebut, RBTV kini dikenal sebagai stasiun televisi swasta berjaringan, yang mana dalam hal ini berjaringan dengan stasiun televisi KOMPAS TV. Dengan adanya kerja sama tersebut, masing-masing pihak dapat memperoleh keuntungan. Dimana KOMPAS TV sebagai stasiun televisi yang belum lama berdiri dapat memperkenalkan kehadirannya di masyarakat dengan lebih luas, sementara bagi RBTV sebagai stasiun televisi lokal yang berjaringan, diharapkan mendapat pemasukan iklan yang lebih dan juga *rating* yang terus meningkat sebagai akibat dari kerjasamanya dengan stasiun televisi KOMPAS TV (Wahyu Sudarmawan, Presiden Direktur RBTV, hasil wawancara, 4 November 2016).

D. Nama, Logo, dan Slogan RBTV



Gambar 2.1. Logo RBTV

Nama RBTV diambil dari dari sebagian inisial awal PT. Reksa Birama Media sebagai institusi yang menaungi pengelolaan manajemen RBTV di samping adanya faktor lain untuk mengambil inisial usaha media radio siaran milik Aris Yudanto, S.H sebagai media radio siaran yang cukup ternama di Yogyakarta sejak tahun 1967 sampai saat ini yang dikenal dengan nama Radio Retjo Buntung (RBFM). Diharapkan bahwa RBTV dapat meniru kesuksesan dan popularitas nama besar RBFM dalam berkiprah mendukung pembangunan daerah Yogyakarta melalui berbagai program siarannya. Nama Reksa Birama diambil dari kamus Bahasa Jawa kuno yang artinya menjaga alunan nada yang indah yang diharapkan akan membawa semangat kepada para pengelolanya untuk menjalankan usaha dengan baik dan berkembang dinamis seindah alunan nada.

Logo RBTV merupakan penggabungan antara kata RBTV dipadukan dengan latar belakang sinyal yang dianalogikan sebagai pancaran gelombang frekuensi dari satu titik memancarkan sinyal frekuensi sebanyak enam buah ke angkasa dunia, hal ini sebagai "*tetenger cikal bakal*" berdirinya RBTV oleh tujuh orang yang diharapkan mampu memberikan pancaran sinyal melalui getaran gelombang radio di angkasa berupa program-program informasi, hiburan, dan pendidikan untuk kepentingan dan kebutuhan masyarakat banyak. Warna biru yang terdapat dalam logo memiliki arti teknologi dan juga cerdas. Warna hijau artinya menyejukkan, sedangkan perpaduan antara warna hijau dan kuning memiliki makna sebagai sebuah proses menyeimbangkan antara teori dan juga teknologi.

Slogan RBTB adalah Asli Jogja, dengan melihat kenyataan yang ada bahwa Reksa Birama Televisi atau RBTB ingin berpartisipasi dalam meramaikan dunia pertelevisian yang ada di Indonesia, khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta. RBTB sebagai televisi komersial pertama yang ada di Yogyakarta bertekad akan menciptakan televisi yang sesuai dengan masyarakat Yogyakarta sebagai kota pelajar, budaya, dan tujuan wisata. Label Asli Jogja yang mengiringi logo RBTB menandakan bahwa RBTB ingin selalu menyajikan program-program televisi yang mengedepankan nilai-nilai Asli Jogja dan bercirikan Jogja, seperti ramah, sopan, humoris, sekaligus cerdas (Wahyu Sudarmawan, Presiden Direktur RBTB, hasil wawancara, 4 November 2016).

E. Visi, Misi, dan Tujuan Bisnis

1. Visi Perusahaan

RBTB Asli Jogja adalah sebagai sebuah industri televisi yang mengedepankan dan menjunjung tinggi nilai-nilai etika dan budaya Yogyakarta dalam segala aspek manajemennya, melekat dalam setiap insan yang terlibat dalam pengelolaan usahanya sehingga menjadi media hiburan, informasi, dan pendidikan yang terbaik yang dibutuhkan masyarakat luas.

2. Misi Perusahaan

- a. Menciptakan bisnis yang berguna dan dibutuhkan masyarakat luas.
- b. Menjadikan RBTB sebagai perusahaan yang selalu mengedepankan dinamisasi dan kreativitas kerja sehingga bisa menciptakan laba usaha yang terukur.
- c. Perusahaan yang selalu memerhatikan perkembangan inovasi teknologi dan kreativitas penyusunan program acaranya sehingga dapat berkembang mengikuti kebutuhan dan keinginan masyarakat terhadap media hiburan, informasi, pendidikan, sekaligus media yang dibutuhkan sebagai sarana promosi usaha yang berkualitas dan tertib administrasi.

- d. Menjadikan staf dan karyawan RBTB sebagai insan pembangunan yang ulet dan mau bekerja keras untuk mengedepankan kepentingan bangsa dan negara Indonesia (Wahyu Sudarmawan, Presiden Direktur RBTB, hasil wawancara, 4 November 2016).

3. Tujuan Organisasi

Dengan keterbatasannya, seluruh pihak yang terlibat dalam pengelolaan manajemen RBTB akan selalu berupaya dan mengedepankan kepentingan organisasi di atas kepentingan dan idealisme individu. Untuk mewujudkan hal ini, maka dibangunlah suatu komitmen bersama dalam rangka berjuang bersama membangun dan berkarya untuk RBTB agar pada saatnya nanti dapat menghasilkan prestasi di bidang bisnis televisi. Untuk itu, seluruh pihak manajemen, staf, dan karyawan bertekad dan sepakat untuk:

- a. Bahu-membahu berkarya untuk dipercaya masyarakat menjadi media yang dibutuhkannya dan pada akhirnya bisa menjadi media komersial untuk pilihan promosi para pelaku usaha.
- b. Hasil karya semua komponen dan insan yang terlibat dalam pengelolaan RBTB diharapkan mampu mencetak laba usaha.
- c. Laba usaha yang diperoleh sebagian bisa digunakan untuk mengembangkan usaha RBTB supaya dapat selalu berkembang mengikuti peradaban manusia, selanjutnya sebagian laba yang lain adalah untuk meningkatkan kesejahteraan, harkat, dan martabat pengurus, staf, dan karyawannya dan tentunya sebagian keuntungan usaha yang adalah deviden bagi para pemegang saham PT. Reksa Birama Media (Wahyu Sudarmawan, Presiden Direktur RBTB, hasil wawancara, 4 November 2016).

F. Ekonomi Politik RBTB

Ekonomi media merupakan sebuah kajian yang menerapkan konsep serta prinsip-prinsip ekonomi ke dalam sebuah industri media. Kajian ini memfokuskan diri pada persoalan

sumber daya, finansial, kebutuhan dan perilaku audiens, kebutuhan pengiklan, persoalan struktur biaya, struktur harga, kepemilikan dan konsentrasi media, regulasi, kebijakan publik, dampak dari teknologi baru, dan juga konten media (Rahayu dalam Rahmitasari, 2017: 39). Di dalam sebuah industri media, yang dalam hal ini adalah televisi, faktor-faktor ekonomi dan manajemen bisnis memiliki pengaruh yang besar bagi perkembangan dan operasi bisnis media (Rahayu dalam Rahmitasari, 2017: 44).

Schirato dan Yell dalam bukunya mengungkapkan bahwa di dalam kajian ekonomi dan manajemen media, isu lokal menjadi salah satu isu yang penting untuk dipelajari dengan beberapa alasan. Pertama, aktivitas institusi media merupakan praktik komunikasi yang terdapat aktivitas produksi dan penyebaran pesan (Rahayu dalam Rahmitasari, 2017: 54). Hal ini juga didukung dengan pernyataan Aldridge yang mengungkapkan bahwa lokal merupakan lokasi dimana praktik konkret media berlangsung (Rahayu dalam Rahmitasari, 2017: 54). Selanjutnya, Aldridge juga mengungkapkan bahwa lokal adalah tempat dimana relasi sosial berlangsung dengan intim (Rahayu dalam Rahmitasari, 2017: 54).

Hoskins dan Mirus dalam bukunya menuliskan bahwa budaya dinilai sebagai faktor penting di dalam sebuah lokalitas yang harus dipertimbangkan dalam kajian ekonomi dan manajemen media, terutama dalam hubungannya dengan globalisasi bisnis media (Rahayu dalam Rahmitasari, 2017: 61). Melalui konsep *cultural discount*, Hoskins dan Mirus menjelaskan mengenai fenomena *cultural product* yang berakar dari suatu budaya tertentu dapat menurun nilainya jika audiens menemukan kesulitan dalam mengonsumsi produk media (Rahayu dalam Rahmitasari, 2017: 61). Dalam konteks ini, kajian ekonomi dan manajemen media perlu bersinergi dengan kajian budaya (*cultural studies*) karena memberikan kontribusi untuk dapat lebih memahami kondisi lokal, terutama faktor budaya (Rahayu dalam Rahmitasari, 2017: 66).

Hal ini juga turut diterapkan oleh RBTB, sebagai salah satu stasiun televisi lokal yang sudah cukup lama mengudara di wilayah Yogyakarta dan sekitarnya. Dalam melaksanakan kajian ekonomi dan manajemen media, RBTB juga turut melibatkan isu lokalitas di dalamnya.

Hal ini dapat terlihat dari produksi salah satu program unggulannya, yakni Leyeh-leyeh, yang merupakan salah satu program unggulan milik RBTv yang mengutamakan unsur lokalitas di dalamnya. Dimana program ini menyajikan produk budaya berupa musik campursari, sebagai salah satu genre musik tradisional yang lekat dengan unsur lokal di dalamnya.

Selain kuat akan unsur lokalitas di dalamnya, program acara Leyeh-leyeh pun juga turut menerapkan kajian ekonomi media, dimana program Leyeh-leyeh menyajikan program acara musik campursari dengan format interaktif sehingga dapat memenuhi kebutuhan para audiensnya akan musik campursari secara langsung. Di samping memenuhi kebutuhan para audiensnya, RBTv juga berusaha untuk terus memproduksi program-program berkualitas lainnya agar dapat menarik pengiklan untuk mempromosikan produk maupun usahanya melalui RBTv. Hal ini juga didukung dengan sarana dan prasarana dari RBTv yang sudah setara dengan televisi “nasional” dan siap dalam menghadapi dunia penyiaran era digital di masa mendatang.

RBTv merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang penyiaran televisi yang dikelola oleh para ahli media penyiaran di bawah bendera Retjo Buntung Group Yogyakarta yang bersinergi dengan para ahli multimedia di bawah bendera Amikom Group Yogyakarta. Diharapkan dengan kerja sama ini maka pengurus RBTv mampu mengendalikan jalannya usaha perseroan dan menyajikan program-program acara kreatif yang dibutuhkan masyarakat Yogyakarta sesuai dengan slogan Asli Jogja dengan didukung perangkat teknologi modern di bidang komputasi dan grafis (Wahyu Sudarmawan, Presiden Direktur RBTv, hasil wawancara, 4 November 2016). Selain itu, dengan adanya sinergi dan juga kerja sama yang baik antar sesama pemegang saham

di stasiun RBTv, kepemilikan media dan juga sistem keuangan serta pembagian hasil di RBTv dapat dikelola dan terarah dengan baik.

G. Susunan Anggota Komisaris dan Direksi

1. Susunan Komisaris

Komisaris Utama : Prof. DR. M. Suyanto, M.M

Komisaris : Aris Yudanto, S.H

2. Susunan Direksi

Presiden Direktur : Wahyu Sudarmawan, S.E, S.H, M.Si

Direktur : Iwan Boediwanto, MBA

Di dalam pengelolaannya, pengurus perusahaan dibantu oleh tim kerja yang cukup kreatif dan pekerja keras yang terdiri dari beberapa orang yang cakap di bidangnya masing-masing. Mereka bahu-membahu mendukung komitmen direksi untuk menjadikan RBTv sebagai televisi siaran swasta pertama di Yogyakarta yang dibutuhkan oleh masyarakat Yogyakarta (Wahyu Sudarmawan, Presiden Direktur RBTv, hasil wawancara, 4 November 2016).

H. Deskripsi Program Acara Leyeh-leyeh

Program acara Leyeh-leyeh merupakan salah satu program unggulan yang diproduksi oleh stasiun televisi RBTv dengan format *live music* interaktif sejak tahun 2014. Program yang dihadirkan setiap hari Jum'at pukul 09.00-10.00 WIB ini merupakan program yang sengaja diproduksi untuk mendekatkan masyarakat dengan budaya lokal Jawa, baik berupa dagelan khas Jogja, maupun lagu-lagu campursari yang dihadirkan secara langsung dari para penyanyi dan grup campursari asal Yogyakarta dan Jawa Tengah. Program ini juga didukung dengan partisipasi penonton yang ingin berkirin salam untuk teman maupun kerabatnya melalui telepon interaktif. Untuk

semakin menambah unsur budaya lokal Jawa, program acara *live music* interaktif Leyeh-leyeh ini dipandu oleh dua komedian lokal asal Yogyakarta, Pur dan Fuad yang turut menggunakan kostum pakaian adat Jawa ketika membawakan program acara Leyeh-leyeh tersebut (Sunar Handari, Produser Leyeh-leyeh, hasil wawancara 19 Desember 2017).