



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 2 Tahun 2023 Page 12873-12882

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Peraturan Radio Komersial dan Nonkomersial

Winda Kustiawan<sup>1✉</sup>, Dona Dwi Novita<sup>2</sup>, Windi Sakila Nazwa<sup>3</sup>, M. Fadli<sup>4</sup>, Fadlan Habib<sup>5</sup>,

Dwiva Ramadhani Ginting<sup>6</sup>, Zikri Ramadhani<sup>7</sup>

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: [windakustiawan@gmail.com](mailto:windakustiawan@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Radio komersial menekankan pemasangan iklan sebagai siaran untuk mendapatkan keuntungan dan radio nonkomersial tidak untuk mendapatkan keuntungan, keduanya memiliki perbedaan yang sangat signifikan dan untuk itu dalam penyiaran radio komersial dan nonkomersial terdapat peraturan yang harus ditaati yaitu UU No. 32 Tahun 2002. Penelitian dengan metode kualitatif ini menggunakan pendekatan studi pustaka dengan tujuan untuk memahami peraturan radio komersial dan nonkomersial.

Kata Kunci: *Radio komersial, Radio Non Komersial*

### Abstract

Commercial radio puts pressure on advertisements as broadcasts for profit and non-commercial radio not for profit, both have very significant differences and for that in commercial and non-commercial radio broadcasting there are regulations that must be obeyed, namely Law no. 32 of 2002. This qualitative research method uses a literature study approach with the aim of understanding commercial and non-commercial radio regulations.

Keyword: *Radio komersial, Radio Non Komersial*

## PENDAHULUAN

Media komunikasi massa adalah bagian terpenting dalam kehidupan bermasyarakat. Ada banyak media komunikasi massa yang digunakan masyarakat, baik untuk kehidupan sehari-hari, pekerjaan, dan sebagainya. Salah satu media komunikasi massa yang dari dulu hingga sekarang masih eksis dalam penggunaannya adalah radio. Radio merupakan media massa yang berbentuk audio, yaitu media yang hanya menghasilkan suara yang dapat didengarkan oleh pendengar. Radio masih menjadi pilihan masyarakat dari dulu hingga sekarang dan bahkan menjadi hal yang diminati bagi beberapa orang.

Radio juga saat ini masih menjadi pasar yang menjanjikan jika dilihat dari segi industri, hanya saja tren dan kontennya yang berubah. Dulu, radio menjadi lembaga besar yang sirannya mencakup luas. Namun, sekarang kian berubah mengikuti minat penikmatnya. Radio sekarang memiliki beberapa segmen dan hanya terfokus pada niche atau ceruk segmen tertentu saja.

Pada penelitian terdahulu yang dijelaskan oleh Winda Kustiawan, dkk (2022) dalam judul Karakter, Peliputan, dan Bahasa Radio Serta Radio Komunitas dan Radio Komersial, didapatkan bahwa ada banyak jenis radio termasuklah radio komersial dan nonkomersial, radio juga harus mengikuti perkembangan zaman dan menyajikan konten yang kreatif. Untuk itu maka, diperlukanlah peraturan dalam radio komersial dan nonkomersial agar tetap eksis di era modern saat ini.

Radio bukan hanya sebagai media komunikasi yang menyampaikan informasi saja. Dahulu kita hanya menggunakan radio sebagai media informasi, hiburan dan sebagainya. Namun, seiring berjalannya waktu radio kini menjadi lahan industri demi mempertahankan eksistensinya di era digital saat ini. Selain untuk mempertahankan eksistensi, radio juga membantu bisnis dan ekonomi masyarakat lokal. Maka, hal ini disebut dengan radio komersial dan nonkomersial.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka yaitu mencari sumber dari isi penelitian berdasarkan buku-buku dan jurnal yang mendukung penelitian. Pada metode ini bertujuan untuk memudahkan pembaca dalam memahami peraturan radio komersial dan nonkomersial

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Pengertian Radio Komersial

Pengertian radio komersial adalah radio yang lebih berorientasi kepada industri yang menghasilkan atau mendapatkan laba maupun keuntungan. Banyaknya radio komersial yang bermunculan memicu persaingan antar radio guna mempertahankan eksistensi masing-masing. Dalam perjalanannya, tidak dipungkiri bahwa ternyata radio komersial tidak sepi dari lahan mendulang keuntungan. Ia kemudian berubah menjadi organisasi profit dengan mengandalkan pemasukan iklan.

Radio swasta (Komersial) ini merupakan radio yang dimiliki oleh perorangan yang sifatnya komersil. Sehingga, sumber penghasilan untuk operasional radio swasta ini sepenuhnya berasal dari iklan. Walaupun demikian, radio swasta masih berada di bawah perundang undangan mengenai penyiaran yang disepakati melalui lisensi pemerintahan. Sehingga, radio swasta di Indonesia ini masih berada dalam naungan perundang-undangan yang salah satunya adalah lembaga sensor.

Hal ini dipotret dengan baik oleh Vaizey, yang menyatakan bahwa stasiun-stasiun radio komersial adalah contoh baik bagi berjalannya pengaruh bisnis kecil dalam masyarakat. Mereka mendukung bisnis lokal dengan menyediakan sarana-sarana yang sangat kuat untuk terbangunnya komunikasi dengan pelanggan lokal. Di samping itu radio komersial juga mampu memperkenalkan talenta kreatif ke publik yang lebih luas.

Vaizey (2016: 2) menyatakan sebagai Berikut: *Commercial radio stations are excellent Examples of the important economic Role small businesses play in our Economy, particularly in local Communities. They support local Businesses by giving them powerful Means of communicating with local Customers, and act as a breeding Ground for the creative talent which go On to make the internationally Renowned music, TV and films that Become the cornerstones of UK cultural identity.*

Di sinilah perlu digarisbawahi, bahwa radio komersial memiliki banyak fungsi antara lain mengembangkan kehidupan individu, memperkuat rasa senasib dengan komunitas lokal, serta berperan dalam perputaran ekonomi di tingkat lokal. Unsur paling khas dari radio ini terletak pada kelokalannya. Betapa masih dimanfaatkannya media massa jenis ini, maka di Inggris umpamanya, sebuah riset tahun 2013 menunjukkan jumlah pendengar radio mencapai 35 juta pendengar per minggunya.

## B. Pengertian Radio Nonkomersial

Radio nonkomersial adalah lembaga yang menyiarkan informasi dan tidak boleh dikomersialkan atau dilarang menyiarkan iklan untuk mencari keuntungan. Radio nonkomersial terbagi menjadi dua, yaitu radio lembaga penyiaran publik dan radio penyiaran komunitas. Lembaga penyiaran publik adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, bersifat mandiri, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat, yaitu Radio Republik Indonesia yang stasiun pusat penyiarnya berada di ibu kota negara Republik Indonesia.

Rachmiate mengatakan bahwa isi informasi yang terdapat pada siaran radio komunitas bisa berupa laporan pandangan mata di tempat berlangsung siaran, sesuai dari permasalahan yang sedang dihadapi masyarakat. Oleh sebab itu, siaran radio komunitas diupayakan untuk disesuaikan dengan materi dan jadwal pelaksanaan masyarakat sekitar. Hal ini memungkinkan materi siaran akan menjadi sebuah alat untuk dialog maupun diskusi mencari upaya-upaya pemecahan masalah secara bersama.

### Perbedaan Radio Komunitas dan Radio Komersial

	Radio Komunitas	Radio Komersial
Daerah	Kawasan Khusus, terpencil	Kota utama, jumlah populasi besar
Tujuan	Pengembangan Pendidikan (kepentingan komunitas)	Keuntungan
Pemilikan	Komunitas	Pengusaha
Manajemen	Badan Komunitas Media	Direktur utama
Durasi Siaran	Pendek/ terbatas	Ekstensif/penuh
Staf Penyiar	Sukarelawan	Profesional
Transmitter	Kekuatan rendah (20-100w)	1Kw-5Kw)

Fasilitas	Sederhana	Iklan Komersial
Sumber Dana	Bantuan komunitas, subsidi	Rendah
Partisipasi	Tinggi	Mengikuti aturan ekonomi
Bentuk	Independen	

### C. Peran Radio sebagai Media Pendidikan

Radio memiliki material dasar berupa siaran musik dan kata. Material ini diproses melalui teknologi dan pemrograman kreatif kepada publik tanpa mengenal pretense spesifik meski ada pendengar tertentu yang dituju. Ketika melakukan proses on air, seorang penyiar pada hakikatnya berkomunikasi dengan suatu lingkungan sosial lain atas nama institusi radio. Ia tidak sendirian. Interaksi radio dengan lingkungannya bersifat antar-institusi sehingga dalam konteks itu terdapat konsekuensi etik yang harus dipatuhi bersama. Konsekuensi itu adalah tanggung jawab sosial sebagai media massa dalam ikut serta menjalin harmoni yang tinggi, tidak menciptakan kekacauan di ruang publik. Radio harus memiliki kode etik berupa sikap objektif, seimbang, informasi yang edukatif, serta pertimbangan yang selalu memerhatikan dampak positif dan negative sebuah acara sebelum dipilih untuk ditayangkan.

Sebagai institusi sosial yang berkembang dinamis, begitu banyak harapan masyarakat terhadap radio. Harapan masyarakat, kata Masduki, terutama agar materi siarannya sesuai dengan dinamika pendengar yang makin kritis dan dinamika kehidupan yang makin kompleks. Radio tidak sekadar menghibur dan menjauhkan pendengar dari realitas yang harus mereka pecahkan secepatnya. Untuk itulah, radio dianjurkan untuk tidak mengakses wacana anti sosial, tidak membentuk sikap hedonis, tidak membentuk area baru bagi konflik sosial yang tidak perlu, tidak membentuk masyarakat yang permisif, acuh tak acuh terhadap problem sosial, dan tidak membentuk figus pengkhayal, tetapi figur kreatif dan optimis. Singkat kata, radio harus menyatu dengan situasi aktual di sekitar radio itu berada, tidak membawa kultur lain yang menyebabkan dislokasi sosial atau elitism.

Radio, selain sebagai institusi komersial juga sekaligus adalah institusi sosial. Karenanya, radio secara otomatis memiliki tanggung jawab sosial pula. Karena itu pula, dalam pengertian yang luas sebagai institusi sosial, peran dan fungsi maupun tujuan yang terkait dengan pengembangan dan penguatan pendidikan dapat diemban oleh radio tanpa mengabaikan aspek-aspek lainnya, seperti aspek komersial. Dari apa yang telah disampaikan di atas, radio selain membawa pesan pembaruan dapat juga dimanfaatkan untuk tetap mempertahankan kepribadian daerah dalam upaya mempertahankan identitasnya. Juga, selain berfungsi sebagai sumber informasi, radio juga berfungsi sebagai sarana hiburan dan pendidikan. Hanya saja, sebagai sarana hiburan lebih mudah terpenuhi ketimbang sebagai media pendidikan, baik pendidikan nonformal maupun pendidikan formal. Melalui kekuatan emosionalnya, radio lebih mudah merangsang emosi pendengarnya.

Dengan demikian, radio sangat berperan dalam hal yang bersifat "sugestif". Pidato Bung Tomo di RRI Surabaya dalam upaya membangkitkan semangat arek-arek Surabaya pada saat revolusi fisik dahulu merupakan salah satu contoh. Kelebihan yang bersifat psikologis inilah yang perlu dimanfaatkan dalam merencanakan serta memproduksi program siarannya, khususnya untuk siaran pendidikan. Dengan memberikan ilustrasi musik dan sound effect, akan lebih kuat menggerakkan emosi pendengarnya, sehingga diharapkan pendengar segan untuk meninggalkan tempatnya .

Radio dimanfaatkan sebagai media pendidikan, karena dinilai akan memperkaya pengalaman kependidikan serta dinilai mempunyai potensi dan kekuatan yang cocok sebagai media pendidikan. Dalam hal ini, Hamalik sebagaimana dikutip Darmanto mengatakan, "*Radio is power full education tool, teachers can use it effectively at all education levels and in nearly all phases of education.*" Dengan dimilikinya kekuatan dan kemampuan radio dalam membantu pelaksanaan pendidikan, radio benar-benar sangat bermanfaat bagi negara, berkembang, sebab dengan berbagai permasalahan yang dihadapi, masalah pendidikan tetap mendapat prioritas utama. Ini menunjukkan bahwa terutama di negara-negara sedang berkembang, radio berperan lebih luas lagi tidak sekadar sebagai sarana pendidikan.

Pesawat radio yang kecil dengan harga yang relatif murah, telah dapat dinikmati siarannya oleh masyarakat luas, pendengarnya tetap melakukan pekerjaan atau dengan santai, sambil mendengarkan siaran hiburan, pendidikan, dan penerangan. Siaran pendidikan melalui radio maksudnya ialah siaran-siaran yang isi

dan tujuannya bersifat pendidikan massa. Pada umumnya ditujukan ke massa abstrak yang heterogen, berupa pendidikan umum. Untuk kepentingan pengajaran, diatur juga sasaran massa konkrit yang homogen, misalnya siaran sekolah untuk murid-murid dalam kelas yang telah diorganisasikan oleh pendengar sendiri. Golongan siaran pendidikan, terdiri atas: siaran kanak-kanak, siaran remaja, siaran sekolah, siaran pedesaan, siaran keluarga berencana, siaran agama, ruang wanita, dan pengetahuan umum. Dalam hal ini, siaran pendidikan dapat dikelompokkan ke dalam dua klasifikasi, yaitu siaran pendidikan sekolah yang mengacu pada kurikulum sekolah dan siaran pendidikan sepanjang masa, yang isinya disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.

#### D. Peraturan Radio Komersial & Nonkomersial

Bermula pembentukan Undang-Undang Penyiaran di tahun 1960, dikenal masa penerbitan. Undangundang penyiaran senantiasa mengalami perombakan isi mengikuti lingkungan yang semakin kompleks. Kemudian, lahir dari penerbitan, kemudian mengalami pembatasan, pengekangan, dan terakhir mendapatkan suatu perubahan. Undang-Undang no. 32 tahun 2002 menjadi acuan tentang penyiaran. Terdapat peraturan dalam melakukan penyiaran baik penyiaran secara lembaga atau swasta atau komersial.

Adanya peraturan lembaga penyiaran dalam Undang-undang Penyiaran no. 32 tahun 2002 ini telah memberikan peluang dan kesempatan yang besar kepada masyarakat di daerah untuk mendirikan lembaga penyiaran yang sesuai dengan watak, budaya dan tatanan nilai yang ada dalam masyarakat setempat. Radio komunitas merupakan bagian dari sistem penyiaran atau lembaga penyiaran yang didirikan secara swadaya oleh sekelompok orang atau komunitas tertentu. Berikut beberapa pasal dalam UU No. 32/2002 tentang penyiaran yang berhubungan dengan persyaratan sebuah lembaga penyiaran komersial.

#### UU No. 32/2002 BAB III

<p>Pasal 31 Penyelenggaraan Penyiaran</p>	<p>1. Lembaga penyiaran yang menyelenggarakan jasa penyiaran radio terdiri atas stasiun penyiaran jaringan dan stasiun penyiaran lokal.</p>
<p>Pasal 32 Rencana Dasar</p>	<p>1. Setiap penddiri dan penyelenggara wajib memenuhi ketentuan rencana dasar teknik penyiaran dan persyaratan teknis perangkat</p>

Teknik Penyiaran dan persyaratan Teknis Perangkat Penyiaran	penyiaran.
Pasal 33 Perizinan	1. Sebelum menyelenggara kegiatan lembaga penyiaran wajib memperoleh izin penyelenggaraan penyiaran.
Pasal 34 lanjutan pasal 33	1. Izin penyelenggara penyiaran radio diberikaan sebagai berikut a. Izin penyelenggara ppenyiaran radio diberikan untuk jangka waktu 5 tahun 2. Izin tersebut dalam ayat 1 huruf a dapat diperpanjang
Pasal 35 Isi Siaran	Isi siaran harus sesuai dengan asas, tujuan, fungsi, dan arah siaran
Pasal 36 Isi Siaran	1. Isi siaran wajib mengandung informasi, pendidikan, hiburan, dan manfaat untuk pembentukan intelektualitass, watak, moral, kemajuan, kekuatan bangsa, menjaga persatuan dan kesatuan, serta mengamalkan nilai-nilai agama dan budaya Indonesia.
Pasal 37 Bahasa Siaran	Bahasa pengantar utama dalam penyelenggara program siran harus menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar.

Berdasarkan UU No. 32/2002 pada pasal 32 ditetapkan bahwa lembaga penyiaran harus memenuhi persyaratan teknis perangkat penyiaran

a. Pemancar atau Transmitter

Pemancar radio siaran adalah suatu alat yang digunakan untuk menyebarluaskan informasi yang dikemas dalam bentuk suara. Pemancar radio tidak secara otomatis memancarkan audio sampai jarak jauh. Untuk mencapai jarak jauh signal ditumpangkan pada gelombang tinggi. Gelombang radio tidak bisa langsung ditangkap lebih dulu dengan relinga melainkan harus ditangkap lebih dulu dengan alat penerima yang disebut radio atau receiver.

b. Ruang Kedap Udara (studio)

Dalam dunia siaran, studio dibagi 3:

- Studio Mati (*dead room*)
- Studio Hidup (*live room*)
- Studio Semi (*balance room*)

c. Perlengkapan Kontrol

Perlengkapan Audio adalah kelengkapan perlengkapan yang dibutuhkan untuk operasional siaran radio. Peralatan yang dibutuhkan diantaranya:

1. Kamar Kontrol (*control room*)

Ada beberapa control room untuk penyelenggara siaran, contohnya continuity control room adalah ruangan khusus yang didalamnya diisi berbagai peralatan penunjang berlangsungnya siaran radio.

2. Sumber Suara (*program source*)

Peralatan elektronik yang dapat menghasilkan suara untuk penunjang siaran radio.

3. Gabungan Audio (*audio mixer*)

Peralatan mengelola, mencampur, mengatur suara yang masuk untuk didistribusikan ke pemancar.

## SIMPULAN

Radio komersial merupakan radio yang lebih berorientasi kepada industri yang menghasilkan atau mendapatkan laba maupun keuntungan. Banyaknya radio komersial yang bermunculan memicu persaingan antar radio guna mempertahankan eksistensi masing-masing. Di samping itu radio komersial juga mampu memperkenalkan talenta kreatif ke publik yang lebih luas. Undang-Undang no. 32

tahun 2002 menjadi acuan tentang penyiaran karena terdapat peraturan dalam melakukan kegiatan penyiaran bagi lembaga penyiar swasta atau komersial. Dalam radio juga terdapat peraturan penyiaran yang harus dipatuhi yaitu UU no. 32 tahun 2002 agar tetap dapat mempertahankan eksistensinya dalam menyiarkan radio baik untuk radio komersial maupun untuk radio nonkomersial yang juga bisa memiliki peran dalam pendidikan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Kustiawan, Winda, (2022), Karakter, Peliputan, dan Bahasa Radio Serta Radio Komunitas dan Radio Komersial, Jurnal Maktabatun, No.2, Vol.2
- Laor, T. (2022). *Radio on demand: New Habits of consuming radio content. Global Media and Communication.*
- Nugroho, G. S. (2022). *Social Responsibility of commercial and non-commercial radio in facing the challenges of Technology Disruption and Covid-19 Pandemic: Applications of Social Responsibility Theory. Budapest International Research and critics institute-journal.*
- Nurwulan, A. I. (2009). Perancangan Radio Streaming Edukasi (Studi Kasus Balai Pengembangan Media Radio Yogyakarta). Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi.
- Pancawati, N. P. (2018). Strategi Manajemen Radio Republik Indonesia (RRI) Mataram dalam Era Digital. *Journal of media and communication science.*
- Sari, Kartika, 2019, Reformasi Regulasi Radio Komunitas di Indonesia, Jurnal Populika, Volume 7, Nomer 1
- Suartama, K. (2009). Pengembangan Model Program Siaran Radio Pendidikan Pada Jurusan Teknologi Pendidikan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Mimbar Ilmu.*
- Wahyuningtyas, D. (2021). *Local language programs in cultural radios to maintain Indonesia national identity.* Jurnal Etnografi Indonesia.
- Winda Kustian. (2022). Proses Produksi dan Pemasaran Program Media Radio dan TV, Jurnal akuntansi, manajemen dan bisnis digital.