

Kode>Nama Rumpun Ilmu:672/Seni Teaer
Bidang RAPID: Seni & Industri Kreatif

LAPORAN AKHIR

PENELITIAN UNGGULAN STRATEGIS NASIONAL (PUSN)



**DRAMA RADIO RATU ADIL (PANGERAN DIPONEGORO)
SEBAGAI PRODUK INDUSTRI KREATIF DAN MEDIA
PENDIDIKAN NASIONALISME INDONESIA**

Tim Pelaksana

Dr. Nur Sahid, M.Hum. (Ketua, NIDN 00-080262-08)
Prof. Drs. M. Dwi Marianto, MFA, Ph.D. (Anggota 1, NIDN 00-191056-06)
Purwanto, M.Sn., M.Sc. (Anggota 2, NIDN 00-030265-04)
Nicko Septiawan, S.Si., MM (Anggota 3, Wakil Industri)

Dibiayai berdasarkan Surat Keputusan
Nomor : 3/KPT/2018 dan Perjanjian
Kontrak Nomor : 005/SP2H/LT/DRPM/2018

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : DRAMA RADIO "RATU ADIL (PANGERAN DIPONEGORO)" SEBAGAI PRODUK INDUSTRI KREATIF DAN MEDIA PENDIDIKAN NASIONALISME INDONESIA

Peneliti/Pelaksana
Nama Lengkap : Dr. Drs NUR SAHID,
Perguruan Tinggi : Institut Seni Indonesia Yogyakarta
NIDN : 0008026208
Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
Program Studi : Seni Teater
Nomor HP : 0818270415
Alamat surel (e-mail) : nur.isijogja@yahoo.co.id

Anggota (1)
Nama Lengkap : Drs MARTINUS DWI MARIANTO
NIDN : 0019105606
Perguruan Tinggi : Institut Seni Indonesia Yogyakarta

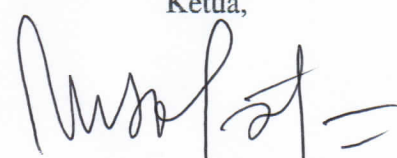
Anggota (2)
Nama Lengkap : PURWANTO S.Sn
NIDN : 0003026504
Perguruan Tinggi : Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Institusi Mitra (jika ada)
Nama Institusi Mitra : PT Cahaya Dua Creative
Alamat : Jl Kampung Dalam IV No 4 Kebon Baru, Tebet,
JAKARTA SELATAN 12830

Penanggung Jawab : Haryoko
Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 3 dari rencana 3 tahun
Biaya Tahun Berjalan : Rp 400,000,000
Biaya Keseluruhan : Rp 665,000,000

Mengetahui,
Ketua LPT ISI Yogyakarta

(Dr. Drs NUR SAHID, M.Hum.)
NIP/NIK 196202081989031001

Kab. Bantul, 09 - 11 - 2018
Ketua,

(Dr. Drs NUR SAHID,)
NIP/NIK 196202081989031001

Menyetujui,
Rektor ISI Yogyakarta

(Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum.)
NIP/NIK 19600408198601001

DAFTAR ISI

Halaman		Pengesahan
.....	1	
DAFTAR		ISI
.....	2	
RINGKASAN		
.....	3	
BAB 1.		PENDAHULUAN
.....	4	
BAB 2. PETA JALAN RISET DAN TEKNOLOGI		
12		
BAB 3. HASIL YANG DIJANJIKAN		
18		
BAB 4. METODOLOGI DAN SISTEMATIKA PELAKSANAAN		
19		
BAB 5.	HASIL	RAPID
.....	82	
DAFTAR		PUSTAKA
.....	84	

RINGKASAN

Perusahaan industri kreatif berbasis audio di Jakarta, PT Cahaya Dua Creative (Cut2Cut Audio Production) berdiri sejak 199 PT Cahaya Dua Creative, Jakarta telah memproduksi drama radio lakon *Bajaj Bajuri* (2011), *Masako: Cinta dari Tanah Rantau* (2012), dan drama radio serial *Kasih Sepanjang Jalan* (2013). Drama radio *Pelangi di Atas Glagah Wangi* (juga diproduksi Produksi drma radio0.000,- dengan biaya produksi Rp 300.000.000,- sehingga diperoleh laba sebesar 50 %. Demikian pula drama radio serial *Kasih Sepanjang Jalan* (2013) sebanyak 90 episode dengan harga jual Rp 750.000.000,- dengan biaya produksi sebesar Rp 450.000.000,- sehingga laba yang diperoleh Produser Cut2Cut Audio Production sebenarnya berkehendak memproduksi drama radio serial, namun terkendala sumber daya kreator penulis naskah drama radio serial dan sumber daya aktor-aktris berkemampuan akting auditif yang semakin langka. Sementara itu, PT Cahaya Dua Creative mumpuni dalam tekonologi rekam dan editing audio. Padahal drama radio masih memiliki nilai jual dan profit yang diperoleh dari produksi drama radio per episode (30 seri) masih berkisar Rp 200.000.000,- sampai Rp 300.000.000,-. Jika selama setahun dapat diproduksi sebanyak 4 episode atau 125 seri maka akan diperoleh pendapatan sebesar Rp 800.000.000,- sampai Rp 1,2 milyar. Peluang dan outcome kerjasama antara ISI Yogyakarta dan PT Cahaya Dua Creative, Jakarta dengan memproduksi *Ratu Adil (Pangeran Diponegoro)* akan menyerap tenaga kerja 50 orang dengan berkemampuan bidang: akting auditif 20 orang, tenaga kreator pemusik 10 orang, tenaga editing audio 10 orang, dan tenaga pemasaran dan kehumasan 6 orang, dan tenaga kreator sutradara 2 orang, dan 2 orang penulis

naskah, dan 1 produser. Selain itu, dampak positif drama radio *Ratu Adil (Pangeran Diponegoro)* setiap hari mendidik kurang lebih kepada 100 juta pendengar radio di seluruh Nusantara tentang cinta tanah air atau nasionalisme Indonesia, nilai perjuangan tanpa pamrih, kejujuran, kepatuhan pada ajaran agama, dan sikap pemimpin rela berkorban bagi rakyatnya. Produk drama radio *Ratu Adil (Pangeran Diponegoro)* akan dipasarkan secara eksklusif berlangganan minimal ke 100 radio swasta nasional (anggota PRSSNI) untuk 1 episode atau 90 seri (2018), ditargetkan memperoleh pendapatan Rp 900.000.000,- dengan biaya produksi Rp 523.000.000,- sehingga berprofit Rp 377.000.000,- dan berlanjut dengan 120 seri (4 episode) pada 2019, ditargetkan memperoleh laba Rp 585.000.000,- atau dari pendapatan 1,2 M dan biaya produksi Rp 615.000.000,-; hingga 5 episode (150 seri) pada 2018, sehingga diperoleh pendapatan Rp 1,5 milyar dikurangi biaya produksi Rp 665.000.000,- sehingga labanya sebesar Rp 835 juta. Di samping itu, luaran RAPID dengan 365 seri (12 episode) drama radio *Ratu Adil* akan dijual hak siar ulang ke LPP RRI pada tahun 2017 (60 seri), 2018 (60 seri), dan 2019 (4 episode) dengan nilai sebesar Rp 2 juta X 50 stasiun pemancar X 12 episode = Rp 1,2 milyar. Selain itu, produk RAPID selama 3 tahun antara lain: buku teks 2 judul dan minimal 2 jurnal internasional, dan 6 judul publikasi ilmiah pada jurnal nasional terakreditasi.

Kata kunci: drama radio, nasionalisme, pendidikan, industri kreatif

BAB 1. PENDAHULUAN

Drama radio dapat dijadikan media pendidikan nasionalisme Indonesia. Nasionalisme dipahami sebagai kesetiaan individu diserahkan sepenuhnya kepada negara (Syamsudin, 1988: 37). Sementara itu, gempuran globalisasi ke Indonesia mempengaruhi dan bahkan mengubah rasa cinta kepada negara Indonesia. Nilai-nilai nasionalisme Indonesia kini berhadapan dengan globalisasi di segala bidang dari lapangan kerja hingga produk hiburan. Di tengah arus globalisasi yang terus meningkat, justru nasionalisme perlu revitalisasi-kembali digelorkan setiap anak bangsa; jika Indonesia tetap bertahan (Azra, 2008: 9). Jadi semangat dan nilai nasionalisme harus terus digelorkan, ditanamkan dalam setiap anak bangsa Indonesia, justru di era globalisasi dewasa ini.

Drama radio di era 1980-an di Indonesia pernah sukses, juga berpesan nilai kebangsaan dengan berkisah kerajaan Majapahit, Untung Surapati, dan sejenisnya. Drama radio, saat itu, berguna pula untuk mempelajari sejarah kebangsaan dan perjuangan Indonesia di masa lampau. Sebenarnya, pengertian nasionalisme bukan hanya semangat cinta tanah air saja. Prof. Dr. Sartono Kartodirjo, (1999: 60), menyatakan bahwa nasionalisme memuat tentang nilai kesatuan (*unity*), kebebasan (*liberty*), kesamaan (*equality*), demokrasi, kepribadian nasional juga prestasi kolektif. Di sisi lain, nasionalisme Indonesia adalah nasionalisme yang sejak awal anti kolonialisme dan anti imperialisme karena kolonialisme dan imperialisme inilah yang menghilangkan harga diri manusia atau *the human dignity* (Suhartono, 1994: 7). Jadi nasionalisme berkaitan dengan nilai-nilai kesatuan, kebebasan, demokrasi, kepribadian nasional, hingga prestasi kolektif untuk memperkuat cinta tanah air Indonesia.

Produk industri kreatif drama radio pernah berjaya pada tahun 1980-1990-an dengan lakon *Saur Sepuh*, *Satria Madang Kara*, *Mahkota Mayangkara*, *Butir-butir Pasir di Laut*, *Trunojoyo* dan sejenisnya. Kejayaan drama radio tersebut juga pernah dicoba ulang oleh PT Cahaya Dua Creative, Jakarta dengan memproduksi drama radio *Pelangi Diatas Glagah Wangi* 90 seri dalam 3 episode (3 bulan), disponsori Semen Tiga Roda (2012). Drama radio *Kasih Sepanjang Jalan* diproduksi 90 seri dalam 3 episode, diponsori Yamaha Motor (2013). Drama radio *Cinta Dari Tanah Rantau* 16 seri disponsori bumbu masak Masako. Drama radio *Bajaj Bajuri* (Flu Burung) 6 Episode, Sponsor UNICEF (2012). Drama radio *Bunga Kesetiaan* 6 seri mendapat penghargaan Silver Winner IRA, 2013. Produksi drama radio oleh PT Cahaya Dua Creative, Jakarta sebenarnya masih berpeluang dan berpotensi secara komersial seiring pertumbuhan dan keadaan stasiun radio swasta anggota PRSSNI yang berkisar 700 stasiun. Di pihak lain, dari survei pendengar radio yaitu 33 % penduduk Indonesia mendengarkan radio 24-36 jam per minggu, ada 21 % mendengarkan radio selama 23-19 jam per minggu, dan ada 18 % orang Indonesia yang mendengarkan radio 12 jam per minggu, serta 18 % orang Indonesia

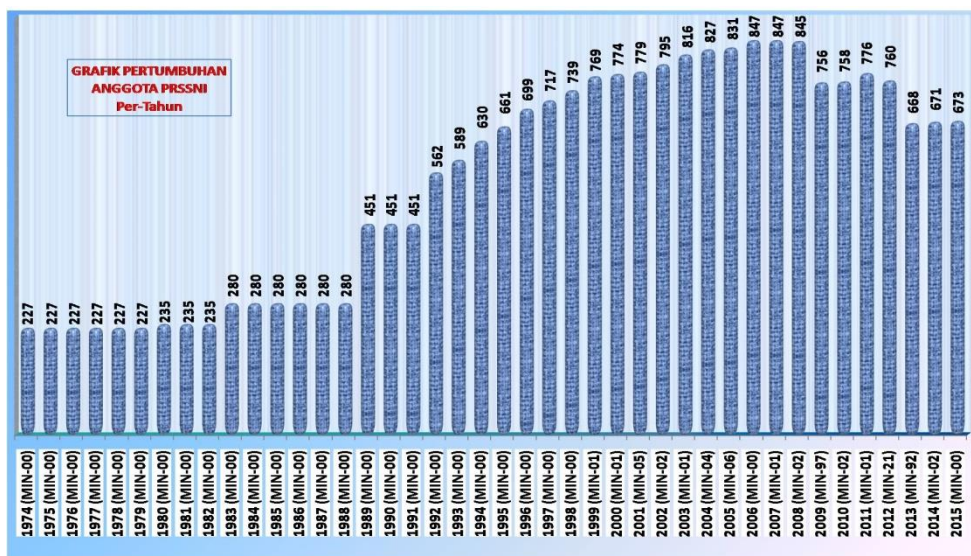
mendengarkan radio lebih dari 36 jam per minggu (Sudiby, 2004: 190). Jadi pendengar radio masih cukup banyak dan potensi pasar iklan dari perusahaan besar dan menengah masih kuat, sebab media radio memiliki jumlah pendengar yang besar, memiliki spesifikasi sebagai media yang dapat dinikmati dengan didengarkan saja, sehingga tanpa mengganggu pekerjaan atau aktivitas yang menggunakan indra penglihatan.

PT Cahaya Dua Creative, berdiri di Jakarta pada tahun 2002, bertekad untuk menjadi audio *production house* yang professional dan bertaraf internasional dengan penghargaan dari berbagai lembaga periklanan dan berbagai instansi lembaga kompetisi lainnya. PT Cahaya Dua Creative dikenal dengan label Cut2Cut Audio Production mengerjakan iklan antara lain : iklan TV kategori bank yaitu: Bank Danamon, Bank Central Asia, Bank International Indonesia, Bank Bukopin, Permata Bank, BNI, Britama, dan sejenisnya. Produk iklan kategori perawatan tubuh antara lain: Sunsilk semua versi, Lux semua versi, Mami Poko, Lactamil, Sikat Gigi Formula, Pond's, Dove, Close Up, Sensodyne, Softex, Sunclin, GIV, Ades, Aqua, Listerine, Emeron, Rejoice, Izzi Body Spray, Shower to Shower, Nivea, Neril, Viva, Sabun Fresh, Ellgy Plus, Kondom Sutera, Axe, Pepsodent, Oral Care, dan sebagainya. Iklan kategori makanan & minuman produksi Cut2Cut adalah Mie ABC, Kecap ABC, Susu Bendera, Susu Ultra, Lactamil, Teh Sosro, Cocacola, Sprite, Fanta, Taro, Biskuat, Biscuit Ritz, SGM, Dancow, Pocari Sweat, Masako, Keju Kraft, Sanex Dio Roll On, Femirex, Texas Fried Chicken, Kentucky Fried Chicken, Lipton Ice Tea, Gerry Snake, Mie Sedaaap, Mie selera Rakyat, dan sejenisnya. Produk iklan Cut2Cut kategori otomotif : Daihatsu, Toyota, Mitsubishi, Honda Motor & Mobil, Nissan, Suzuki, Ford, Shell Helix, Shell Advance, Castrol dan sejenisnya. Produk iklan kategori obat-obatan: Paramex, Konidin, Panadol, Evion, Bion 3, Inza, Jescool, Puyer Bintang Toedjoe, Pacekap, Procold, dan sejenisnya. Produk iklan Cut2Cut kategori sarana komunikasi & elektronik adalah : Indosat, Telkomsel, Pro-XL, Axis, StarOne, Telkom, Mentari Satelindo, Ericson, Panasonic, Toshiba, Akari, LG, Sharp, dan sejenisnya. Iklan produksi Cut2Cut Jakarta, kategori properti : Alam Sutera,

Cikarang Trade Centre, Palazzo Kemayoran, CBD Pluit, Harcomas Mangga Dua, Mangga Dua Square, Kelapa Gading Aquare, Bukit Golf Pantai Indah Kapuk, Lindeteves Trade Center, Kenari Mas, Bimu Serpong Damai, ITC Cempaka Putih, ITC Fatmawati, ITC Permata Hijau, Ancol Mansion, Residence 8, Cibubur Country, Grand Galaxy City, Puri Mansion, Residence 1 Serpong, dan banyak lagi. Produk iklan Cut2Cut kategori rokok adalah: Starmild, Sampoerna, Wismilak, Gudang Garam, Dji Sam Soe, Djarum, dan sejenisnya.

Penghargaan yang pernah diterima Cut2Cut Audio Production antara lain, berupa penghargaan nasional dan international yaitu: 1. Cannes Lions 2008 (Silver) : Listerine – Si Menik; 2. Pinastika 2009 (Gold) : Herbamint – Rap Batuk; 3. Citra Pariwara 2010 (Best of The Best) : Grand Livina – Sensor Parking; 4. Citra Pariwara 2010 (Gold) : Grand Livina – Sensor Parking; 5. Citra Pariwara 2010 (Nomination) : Telkomsel Reminder Service; 6. Indonesian Radio Awards 2010 (Gold) : Radio PSA – Chatting; 7. Clio 2010 (Silver) : Telkomsel – Driving, 8. Adfest 2010 (Silver) : Telkomsel Driving; 9. Adfest 2011 (Finalist) : Grand Livina – Sensor Parking; 10. Citra Pariwara 2011 (Silver) : PSA – Kekerasan Terhadap Perempuan 1; 11. Citra Pariwara 2011 (Bronze) : PSA – Kekerasan Thd Perempuan 2; 12. Citra Pariwara 2011 (Bronze) : Mortein – Lullaby; 13. Citra Pariwara 2011 (Silver) : Fuji Under Water Camera – Miss Hollywood; 14. IRACitra Pariwara 2011 (Gold) : WWF – Masa Depan; 15. IRA (Silver) : Entrostop – Makanan; 16. IRA 2011 (Bronze) : Mortein – Lullaby; 17. IRA 2011 (Bronze) : PSA – Jangan Menyetir Sambil Nelpn; 18. Spike 2011 (Finalist) : Mortein – Lullaby; 19. Adfest 2011 (Bronze) : Fuji Under Water Camera – Miss Hollywood; 20. Adfest 2012 (Bronze) : Mortein – Lullaby; 21. Citra Pariwara 2013 (Silver) : Bodrex Radio Series; 22. IRA 2013 (Gold) : PSA – Ngeeeeng; 23. IRA 2013 (Silver) : Drama Radio – Bunga Kesetiaan; 24. Adfest 2014 (Gold) : Nescafe – Philosophy; dan 25. Adfest 2014 (Silver) : Nescafe – Chemistry. PT Cahaya Dua Creative (Cut2Cut Audio Production) Jakarta juga memiliki studio yang representatif dan berprogram orisinal audio digital sehingga tidak mengalami kendala dalam produksi kreatifnya.

Potensi pasar drama radio dari anggota PRRSNI berskisar 600-700 pemancar radio se Indonesia memungkinkan dijayakan kembali keberadaan drama radio yang saat ini berpeluang besar dan juga masa menadatang keinginan pada cerita sejarah masih berpeluang besar. Jika dari 600 pemancar radio dipilih 25 % nya saja atau 150 pemancar radio swasta nasional anggota PRSSNI, maka per bulan Rp 3.000.000,- akan diperoleh pendapatan Rp 450.000.000,- per bulan dengan sistem Hak Siar Berlangganan secara eksklusif berbasis *website e-market*. Biaya produksi drama radio Rp 10.000.000,- per seri saja masih untung Rp 150.000.000,- per bulan. Lihat potensi pasar dari anggota PRSSNI 2010-2014, berikut ini pada Grafik 1.



Grafik 1
 Pertumbuhan stasiun radio swasta nasional anggota PRSSNI
 (Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia) per tahun sejak 1974-2015
 (Sumber: Pengurus Pusat PRSSNI pada <http://www.radioprssni.com/prssnnew/top3.asp> diakses 1
 Maret 2015)

Nilai ekonomi produk industri kreatif drama radio berseri *Ratu Adil (Pangeran Diponegoro)* pun dapat belajar dari PT Cahaya Dua Creative dengan kalkulasi membandingkan nilai ekonomi yang dihasilkan dari Cut2Cut Studio penjualan drama radio serial *Pelangi di Atas Glagah Wangi* (2010) karya S. Tijab sebanyak 90 episode selama tiga bulan yang disiarkan 100 stasiun Radio Siaran

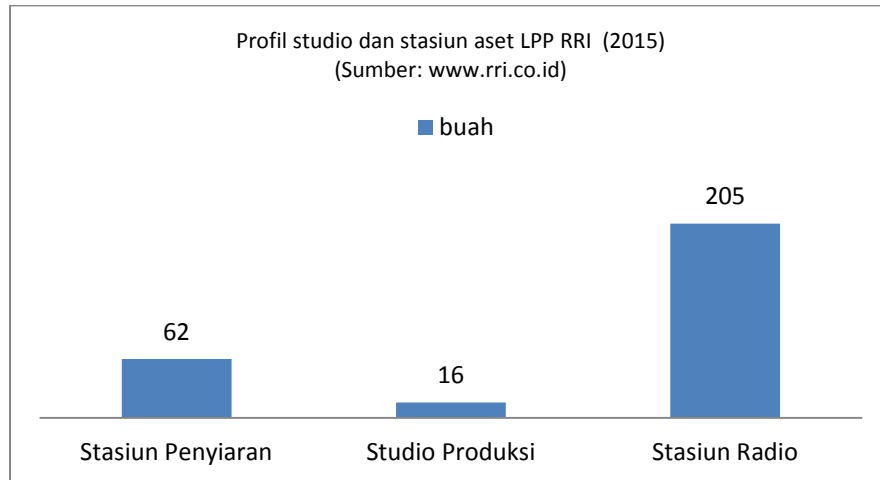
Jaringan 68H dijual Rp 2.000.000,- per bulan atau Rp 6.000.000,- per tiga bulan sehingga memperoleh pendapatan Rp 600.000.000,-. Biaya produksi drama radio *Pelangi di Atas Glagah Wangi* diproduksi sponsor dengan biaya dari PT Indo Cement Tunggal Perkasa Tbk sebesar Rp 500.000.000,- sehingga pihak Cut2Cut Audio Production memperoleh pendapatan Rp 1.100.000.000,-. Sementara itu, biaya produksi yang dikeluarkan oleh Cut2Cut Studio Audio Production untuk 90 episode @ Rp 7.000.000,- sebesar Rp 630.000.000,- sehingga laba yang diperoleh dari drama radio *Pelangi di Atas Glagah Wangi* sebesar Rp 470.000.000,- selama tiga bulan. Jumlah tenaga kerja yang diserap 15 pemain dan 10 tim produksi.

Demikian pula, pada produksi drama radio Cut2Cut Audio Production Studio memproduksi drama radio *Bajaj Bajuri* (2011), berlanjut pada drama radio lainnya *Masako: Cinta dari Tanah Rantau* (2012), dan drama radio serial *Kasih Sepanjang Jalan* (2013). Perbandingan pendapatan yang diperoleh dari 100 stasiun radio saja menunjukkan peningkatan profitabilitas dari tahun 2010, 2011, 2012, dan 2013 ada peningkatan. Selisih harga jual dengan harga produksi biaya produksi dengan harga jual sebesar Rp 90.500.000,- sampai Rp 300.000.000,-. Pada drama radio *Bajaj Bajuri* yang diperoleh laba sebesar Rp 90.500.000,- sebab biaya produksi dan pemasaran drama radio tersebut mencapai Rp 505.000.000,-. Sementara itu, pada tahun 2012 dengan produksi drama radio serial *Masako: Cinta dari Tanah Rantau* (2012) dengan harga jual 90 episode sebesar Rp 600.000.000,- dengan biaya produksi Rp 300.000.000,- sehingga diperoleh laba sebesar 50 %. Demikian pula drama radio serial *Kasih Sepanjang Jalan* (2013) sebanyak 90 episode dengan harga jual Rp 750.000.000,- dengan biaya produksi sebesar Rp 450.000.000,- maka laba yang diperoleh Cut2Cut Audio Production sebesar Rp 300.000.000,-

Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (LPP RRI) bertugas dan memiliki fungsi yang diberikan oleh negara, melalui UU no 32 tahun 2002 tentang Penyiaran, PP 11 tahun 2005 tentang Lembaga Penyiaran Publik, serta PP 12 tahun 2005, RRI dikukuhkan sebagai satu-satunya lembaga penyiaran yang dapat berjaringan secara nasional dan dapat bekerja sama dalam siaran dengan lembaga

penyiaran asing. Sementara itu, potensi jejaring LPP RRI (Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia) hingga tahun 2015 diperoleh data, bahwa LPP RRI berkekuatan 62 stasiun penyiaran termasuk Siaran Luar Negeri dan 5 (lima) satuan kerja (satker) lainnya yaitu Pusat Pemberitaan, Pusat Penelitian dan Pengembangan (Puslitbangdiklat), dan Satuan Pengawasan Intern, serta diperkuat 16 studio produksi serta 11 perwakilan RRI di luar negeri. RRI memiliki 61 (enam puluh satu) program 1, 61 program 2, 61 program 3, 14 program 4 dan 7 studio produksi maka RRI setara dengan 205 stasiun radio (sumber: [www.rri.co.id/ profil.html](http://www.rri.co.id/profil.html)). Jadi potensi LPP RRI dalam memperkuat kualitas siaran berbasis cerita kepahlawanan juga dapat dijadikan mitra atau patner menanamkan nilai-nilai nasionalisme, pengorbanan dan patriotisme bangsa Indonesia dengan memutar tunda dengan rentang 6 bulan sesudah drama radio *Ratu Adil (Pangeran Diponegoro)* disiarkan PRSSNI.

Selain melalui sasaran pasar di jalur PRSSNI, maka jalur LPP RRI juga dapat dijadikan target pemasaran sebab memiliki 205 stasiun radio. Bila dibidik 50 % saja dari potensi pasar LPP RRI maka ada 100 stasiun siaran yang potensial berlangganan untuk hak siar tunda drama radio *Ratu Adil (Pangeran Diponegoro)* senilai @ Rp 1.500.000,- per bulan per stasiun siar jaringan LPP RRI, maka diperoleh pendapatan Rp 150.000.000,- per bulan, atau Rp 1,8 milyar selama setahun. Oleh sebab itu, melalui LPP RRI sebagai profit tambahan Rp 1,8 milyar yang dapat dibagikan kepada mitra kerjasama RAPID yaitu pihak industri 40 % (Rp 720.000.000,-), perguruan tinggi 20 % (Rp 360.000.000,-), pihak pemegang hak cipta 10 % (Rp 180.000.000,-), dan tim peneliti 30 % (Rp 530.000.000,-). Jadi bila drama radio serial *Ratu Adil (Pangeran Diponegoro)* dilakukan tayang tunda maka per tahun akan memperoleh keuntungan sebesar Rp 1.800.000.000,- atau hak pendapatan perguruan tinggi ISI Yogyakarta sebesar Rp 360.000.000,- atau setara 36 anggaran untuk penelitian dosen mandiri dalam setahun, atau setara dana pendapatan dari UKT (Uang Kuliah Tunggal) sebanyak 180 mahasiswa.



Grafik 2

Potensi pasar LPP RRI yang memiliki 205 stasiun radio di seluruh Indonesia.
(Sumber: LPP RRI pada <http://www.rri.co.id> diakses 6 Maret 2015)

Potensi pasar lainnya dari JRKI (Jaringan Radio Komunitas Indonesia) yang bermitra dengan PT Kantor Berita Radio 68H, Jakarta adalah pada segmentasi jaringan radio komunitas yang dijalin oleh Kantor Berita Radio 68H sebanyak 800 jaringan radio berbasis satelit sebanyak 800 stasiun siaran (sumber: kbr68h.com). Jika ada siaran ulang drama radio serial *Ratu Adil (Pangeran Diponegoro)* dijual berlangganan untuk 500 jaringan radio KBR 68H dengan harga per bulan per stasiun radio Rp 600.000,- (30 hari, sekali tayang hanya Rp 20.000,- per stasiun radio) maka diperoleh pendapatan tambahan sebesar Rp 300.000.000,- atau per tahun memperoleh dana halal Rp 3.600.000.000,- atau pihak ISI Yogyakarta mendapatkan pembagian laba Rp 720.000.000,- per tahun atau sebesar dana penelitian mandiri dan kelompok sebanyak 100 dosen sebab biasanya per penelitian mandiri didanai Rp 7 jutaan. Bila dana bagi hasil dari RAPID Rp 720.000.000,- digunakan untuk mendanai pelatihan dan penyusunan proposal PKM (Program Kreativitas Mahasiswa) melalui UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) KAILMAS (Karya Ilmiah Mahasiswa Seni) ISI Yogyakarta (selama ini, hingga 2014, diberikan biaya penyusunan proposal Rp 300.000,- saja) maka dapat digunakan untuk mendanai

2.160 proposal atau 720 proposal PKM dengan dana per proposal Rp 1.000.000,- Oleh sebab itu, dukungan program RAPID ISI Yogyakarta, diharapkan berdampak pada kegiatan dosen dan mahasiswa akan lebih semarak dan dinamis mampu menunjukkan dinamika keilmuan dengan berpenelitian yang semakin meningkat dan menguat kualitasnya.

Peluang dan potensi industri seni kreatif drama radio sesungguhnya masih besar dan menjanjikan. Nilai ekonomis dan segmen konsumen maupun mitra bisnisnya masih potensial yaitu untuk drama radio saja minimal per bulan Rp 500.000.000,- hingga Rp 800.000.000,- bahkan Rp 1 milyar. Potensi tersebut belum tergarap dan dikaryakan oleh tim kreatif yang ahli di bidangnya dan memahami kemauan peminat atau masyarakat pecinta drama radio saat ini. Oleh sebab itu, drama radio di PT Cahaya Dua Creative (Cut2Cut Audio Production) cenderung menggarap iklan berbasis audio yang pengerjaannya relatif mudah, namun keuntungannya lebih besar.

Kelemahan di industri kreatif drama radio yang diproduksi dan dipasarkan oleh Cut2Cut Audio Production, menurut direktornya: Haryoko (55) sebagai berikut

- 1) Kurangnya pemain drama radio dengan kemampuan akting auditif baik dan profesional;
- 2) Kurangnya penulis naskah drama radio dengan serial panjang dengan kreativitas tinggi sehingga dapat menyediakan naskah drama radio untuk satu tahun atau 365 hari;
- 3) Kurangnya sumber daya sutradara drama radio yang kreatif, produktif, dan mampu bekerja profesional untuk menggarap drama radio serial;
- 4) Kurangnya sumber daya kreator penata musik dan ilustrator musik drama radio dengan minat dan daya kreasi yang baik; dan
- 5) Kurangnya sumber daya editing digital drama radio yang tekun, kreatif, dan pekerja keras serta bersikap profesional.

Kerjasama antara Tim Peneliti ISI Yogyakarta dengan Cut2Cut Audio Production, Jakarta dapat mengatasi persolan dan saling mengembangkan potensi yang ada sehingga dapat memproduksi karya industri kreatif yang bernilai ekonomis dan tetap beridealisme dengan produk bernilai pesan nasionalisme Indonesia.