

**Ruang Komunal Sebagai Pendukung Kegiatan *Off Air* Radio
untuk Penguat Brand**



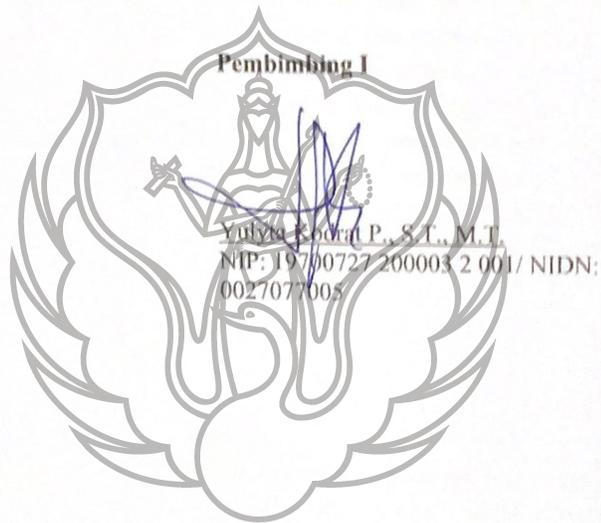
**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN INTERIOR
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

2021

LEMBAR PENGESAHAN

Artikel ilmiah berjudul:

Ruang Komunal Sebagai Pendukung Kegiatan *Off Air* Radio untuk Penguat Brand diajukan oleh Delfitry Martapuri, NIM 1612064023, Program Studi S-1 Desain Interior, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui oleh Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 11 Januari 2021.



Ruang Komunal Sebagai Pendukung Kegiatan *Off Air* Radio untuk Penguat Brand

Delfitry Martapuri
Delfitri02@gmail.com

Abstract

Radio is one of the mass media which has an old age. Radio has a high appeal and imagination. Radio in Indonesia had many fans in the 1990s. The development of radio is currently experiencing a decrease in terms of human resource managers. As technology develops, people's attention begins to divide. In addition to broadcasting information on air, of course radio also has a strategy of working off air programs which aims to establish intimacy between broadcasters and listeners and strengthen the radio brand itself. By implementing communal space as open space that is freely accessed by anyone, where each individual or group can carry out various social interaction activities, which accommodate the need for a place to meet, interact, do joint activities.

Keywords: *radio, communal space, brand*

Intisari

Radio adalah salah satu media massa yang memiliki usia yang tua. Radio memiliki daya tarik dan imajinasi yang tinggi. Radio di Indonesia memiliki banyak penggemar dalam dekade 1990-an. Perkembangan radio saat ini mengalami penurunan dari segi sumber daya manusia pengelolanya. Ketika teknologi berkembang, perhatian masyarakat mulai terbagi. Selain menyiarkan informasi secara *on air* tentu radio juga memiliki strategi rangkain program kerja *off air* yang bertujuan untuk menjalin keakraban antara penyiar dan pendengar serta memperkuat *brand* radio itu sendiri. Dengan menerapkan ruang komunal sebagai ruang terbuka yang bebas diakses oleh siapa saja, dimana setiap individu maupun kelompok dapat melakukan berbagai aktivitas interaksi sosial, yang menampung kebutuhan akan tempat untuk bertemu, berinteraksi, melakukan aktifitas bersama.

Kata Kunci : *radio, ruang komunal, brand*

1. PENDAHULUAN

Radio adalah salah satu media massa yang memiliki usia yang tua. Radio memiliki daya tarik dan imajinasi yang tinggi. Hal ini disebabkan oleh sifat siaran yang serba hidup. Suasana hidup ini diciptakan oleh musik, komentar dari penyiar, serta efek-efek suara yang digunakan (Effendi, 1981). Sama seperti organisasi media massa lainnya, radio juga memiliki manajemen media yang bertugas dan bertanggung jawab atas suksesnya sebuah radio swasta. Manajemen sendiri memiliki arti suatu proses untuk mencapai tujuan organisasi melalui pihak-pihak lain (Morissan, 2011). Setiap media massa memiliki strategi sebagai upaya untuk mencapai target perusahaan. Strategi sendiri adalah suatu peranan aktif dan rasional untuk pencapaian tujuan-tujuan organisasi (Morissan, 2011).

Radio di Indonesia memiliki banyak penggemar dalam dekade 1990-an. Perkembangan radio saat ini mengalami penurunan dari segi sumber daya manusia pengelolanya. Radio pernah jadi teknologi paling canggih di masanya. Namun, ketika teknologi berkembang, perhatian masyarakat mulai terbagi. Hal ini karena minat generasi muda yang kian menurun terhadap radio menurut Chandra seorang pengelola radio Prambors FeMale Delta. Saat internet hadir, orang-orang dengan mudah mengakses lagu-lagu dan mengunduhnya serta dapat mendengarkan kapan saja. Hadir juga media sosial yang mempermudah untuk menyapa orang-orang terdekat dan mendapatkan informasi terbaru melalui facecook, twitter, instagram, youtube dan lain-lain.

Selain menyiarkan informasi secara *on air* tentu radio juga memiliki strategi rangkain program kerja *off air* yang bertujuan untuk menjalin keakraban antara penyiar dan pendengar. Pendengar adalah orang-orang yang ingin mendapatkan informasi dan ingin memiliki hubungan persahabatan dan kekeluargaan dengan radio. Paul A. Bell, Thomas C. Greene, Jefferey D. Fisher dan Andrew Baum (2001) menyatakan dalam buku *Environmental Psychology* bahwa kedekatan antar manusia secara fisik dan fungsional mempengaruhi kedekaan mereka secara batin atau keakraban mereka pula. Menurut Fegha Arvianti Putri dalam Jurnal Strategi *Public Realtions* CBL Radio 91.7 FM Bandung Dalam Menarik Minat

Pendengar Melalui Kegiatan *Off Air*, mengadakan kegiatan *Off Air* sebagai program pendukung untuk memenuhi keinginan masyarakat dengan menjadi sponsor acara suatu band, *launching* album, ataupun sebagai sponsor *grand opening* sebuah perusahaan, melalui acara-acara tersebut program radio dapat memenuhi keinginan pendengarnya dengan memberikan informasi, sebagai pendukung suatu acara, dan juga mempromosikan acara tersebut. *Off air* merupakan salah satu kegiatan penyiaran suatu radio, *off air* juga dapat menjadi media promosi bagi suatu radio. Beberapa kegiatan *off air* contohnya, *launching* radio itu sendiri, *launching* album suatu band, *event-event* yg diadakan radio itu sendiri, *opening* suatu café, dan lain-lain. Kegiatan *off air* ini merupakan alternatif lain suatu radio untuk memperkenalkan radionya, karena dengan diadakannya *off air* yang membuat suatu *event-event* yang menarik secara tidak langsung dapat menarik minat masyarakat untuk mendengarkan radio. Selain membuat suatu *event*, radio dapat pula menjadi media promosi suatu brand, perusahaan, dan sebagainya. Dengan rutusnya suatu radio mengadakan *off air* maka radio itu dapat dikenal oleh masyarakat dengan cepat.

Ruang komunal merupakan ruang publik atau ruang umum yang didefinisikan sebagai ruang terbuka yang bebas diakses oleh siapa saja, dimana setiap individu maupun kelompok dapat melakukan berbagai aktivitas berkumpul dan berinteraksi (Carr, 1992). Menurut Darmiwati (2000) dalam Jurnal Dimensi Teknik Arsitektur mengenai pengertian ruang komunal, diketahui bahwa fungsi ruang komunal adalah sebagai wadah interaksi sosial, yang menampung kebutuhan akan tempat untuk bertemu, berinteraksi, melakukan aktifitas bersama. Kemudian dari fungsi ruang komunal tersebut, dirumuskan tiga kelompok jenis kegiatan yang dapat diwadahi oleh ruang komunal dalam mendukung kegiatan *off air* radio untuk mempertahankan keeksisannya, sebagai tempat berkumpul dan berinteraksi, tempat bermain/ olahraga dan melaksanakan berbagai kegiatan acara.

Melalui penjelasan diatas bertujuan dapat membantu desainer dalam menerapkan ruang komunal sebagai tempat untuk mendukung kegiatan *off air* sebagai penguat *brand* radio itu sendiri.

2. PEMBAHASAN

Penambahan fasilitas ruang komunal untuk mengakomodasi berbagai kegiatan off air untuk penguat *brand* radio agar dapat dikenal oleh masyarakat dapat dilakukan melalui beberapa faktor pendukung, sebagai berikut ini.

a. Fungsi Ruang Komunal dalam Etos Kerja dan Komunikasi antar Individu

Ruang komunal adalah ruang yang berfungsi sebagai wadah terjadinya interaksi sosial (Anwar,1998). Roger Scrpton (1992) menjelaskan bahwa istilah ruang publik / komunal merujuk pada lokasi yang (dalam Nugradi, 2002)

1. Dapat diakses oleh setiap orang
2. Kurang sesuai untuk digunakan secara individual
3. Perilaku pengguna ruang terikat dengan norma sosial yang berlaku

Berdasarkan teori *propinquity*, keberadaan sebuah ruang komunal dapat membantu meningkatkan frekuensi interaksi sosial. Sebagai ruang yang dipakai bersama untuk kegiatan bersama, ruang komunal dapat mendorong para karyawan atau pengunjung untuk bertemu, dan kemudian menjalin interaksi sosial. Ruang komunal dapat mendekatkan karyawan atau pengunjung secara fungsional. Ruang yang digunakan untuk kegiatan yang sifatnya bersama tersebut lah yang dapat dikatakan memiliki fungsi sebagai ruang komunal.

Ruang komunal menjadi salah satu indikator berlangsung atau tidaknya keberlanjutan sosial. Menurut Yiftachel O dan Hedgcock D (1993), keberlanjutan sosial adalah kemampuan yang berfungsi sebagai tempat yang layak bagi perkembangan interaksi manusia dan perkembangan komunikasi. Hal-hal tersebut dapat terjadi dalam ruang komunal.

Keberadaan suatu ruang kegiatan bersama dapat mendorong para karyawan/pengunjung untuk bertemu. Seting ruang komunal sangat mempengaruhi keberhasilan ruang tersebut agar bisa dapat digunakan untuk berinteraksi. Dengan seting yang baik, karyawan/pengunjung akan merespon ruang tersebut dengan baik dan menggunakannya sebagai wadah interaksi.

Rapoport (1977) menyatakan bahwa suatu sistem seting dipengaruhi oleh banyak faktor jika ditarik ke belakang (Anwar, 1998). Sistem seting atau tata ruang adalah wadah yang menampung suatu kegiatan manusia, tempat berlangsungnya kegiatan

manusia. Macam dan bentuk wadah sangat dipengaruhi oleh sistem aktivitas atau kegiatan yang berada di dalamnya

Istilah seting ruang dipilih daripada penataan ruang karena istilah seting lebih terkait dengan manusia dan kegiatannya ketimbang hanya spasialnya saja. Kegiatan adalah apa yang dikerjakan seseorang pada jarak waktu tertentu (Bechtel dan Zeisel, 1987; dalam Anwar 1988). Kegiatan selalu mengandung empat hal pokok: pelaku, macam kegiatan, tempat dan waktu berlangsungnya kegiatan.

b. Ruang Komunal Sebagai Tempat Edukasi dan Sebagai Sarana Pengenalan

Menurut Lang (1987), ruang komunal memberikan kesempatan kepada orang untuk bertemu, tetapi untuk menjadikan hal itu diperlukan beberapa katalisator. Katalisator mungkin secara individu yang membawa orang secara bersama-sama dalam sebuah aktifitas, diskusi atau topik umum. Sebuah ruang terbuka publik akan menarik orang jika terdapat aktifitas dan orang dapat menyaksikannya.

Ruang komunal dapat dikatakan sebagai sebuah ekosistem yang dapat menjadi ruang berinteraksi yang mengedukasi masyarakat secara sehat dan produktif. Salah satu strategi ruang komunal untuk mengenalkan suatu tempat yaitu dengan adanya *creative space* sebagai fasilitas yang mengakomodasi berbagai acara yang dapat diselenggarakan.

Strategi ini juga diterapkan oleh Rumah Musik Indonesia, Lokananta yang ada di Surakarta. Sebagai perusahaan rekaman tertua di Indonesia, Lokananta pernah mengalami pasang surut. Lokananta sempat mengalami keterpurukkan di era 90an. Banyak generasi muda yang kurang tahu akan keberadaan Lokananta, dengan permasalahan yang dihadapi pada saat ini Lokananta memberi fasilitas edukasi agar masyarakat awam bisa mengenal lebih dalam tentang Lokananta. Dengan mengedukasi masyarakat mengenai permusikan yang ada di Indonesia, memberi informasi mengenai koleksi piringan hitam, gamelan, studio music, dan lain-lain. dengan adanya edukasi, Lokananta mengharapkan banyak pengunjung yang datang bukan hanya saat di pembukaan, namun juga terus bisa mengedukasi masyarakat.

Konsep *creative space* yang diterapkan Lokananta digaungkan untuk mengajak masyarakat khususnya generasi muda berkunjung sekaligus mengenal lebih jauh Lokananta. Berbagai acara di digelar seperti pameran komik, mural, konser musik, dan lain-lain. Lokananta juga sering digunakan sebagai tempat konser dan rekaman band-band indie serta sebagai wadah musisi menjual album-albumnya.

c. Ruang Komunal Sebagai Tempat Membangun Komunitas

Mengambil salah satu tempat yaitu Ruang Komunal Indonesia Facebook, Pacific Place Jakarta. Ruang Komunal Indonesia merupakan sebuah ruang komunitas yang dirancang sebagai tempat berkumpulnya komunitas untuk saling belajar dan terhubung satu sama lain. Ruang Komunal Indonesia disebut sebagai ruang komunitas pertama milik *Facebook* di dunia. Ruang Komunal Indonesia diharapkan dapat menjadi tempat bagi organisasi nirlaba, komunitas dan grup untuk berinteraksi secara lebih bermakna sekaligus membangun komunitasnya, baik secara *online* maupun *offline*.

Ruang interaksi yang diberikan media sosial seperti Facebook, membuat ragam komunitas di dunia bisa saling sapa dan berbagi meski memiliki jarak yang jauh. Namun, diperlukan ruang secara *real* agar para komunitas bisa saling menginspirasi satu dengan lainnya. Dengan fasilitas ruang pertemuan untuk berbagai komunitas di seluruh Indonesia merupakan program menarik bagi para penggunanya. Ruang ini ditujukan untuk berkumpulnya komunitas dalam menunjang produktivitas seperti konten positif, diskusi maupun belajar hal baru dari komunikasi lain.



Gb.1 Ruang Komunal Indonesia (sumber: ruangkomunal.splashthat.com, 2018)

Ruang Komunal Indonesia memiliki tempat acara yang fleksibel untuk mengakomodasi terselenggaranya acara seperti seminar, *sharring session*, sekedar pertemuan kecil. Tidak menutup kemungkinan dengan adanya Ruang Komunal Indonesia juga menjadi tempat kolaborasi. Konsultan manajemen kerja dan otomatisasi Smartsheet menyatakan kolaborasi memudahkan para pekerja dalam mengembangkan diri, membuat mereka merasa lebih dihargai, dan membantu mereka memahami tujuan besar suatu pekerjaan.

3. KESIMPULAN

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan Ruang Komunal Sebagai Pendukung Kegiatan *Off Air* Radio untuk Penguat Brand. Hal ini karena minat generasi muda yang kian menurun terhadap radio menurut Chandra seorang pengelola radio Prambors FeMale Delta. Saat internet hadir, orang-orang dengan mudah mengakses lagu-lagu dan mengunduhnya serta dapat mendengarkan kapan saja. Kegiatan off air ini merupakan alternatif lain suatu radio untuk memperkenalkan radionya. Off air merupakan salah satu kegiatan penyiaran suatu radio, off air juga dapat menjadi media promosi bagi suatu radio. Beberapa kegiatan off air contohnya, launching radio itu sendiri, launching album suatu band, event-event yg diadakan radio itu sendiri, opening suatu café, dan lain-lain. Selain membuat suatu event, radio dapat pula menjadi media promosi suatu brand, perusahaan, dan sebagainya. Dengan rutinnya suatu radio mengadakan off air maka radio itu dapat dikenal oleh

masyarakat dengan cepat . Berdasarkan teori propinquity, keberadaan sebuah ruang komunal dapat membantu meningkatkan frekuensi interaksi sosial. Ruang komunal dapat mendekatkan karyawan atau pengunjung secara fungsional. Ruang komunal menjadi salah satu indikator berlangsung atau tidaknya keberlanjutan sosial. Menurut Yiftachel O dan Hedgcock D , keberlanjutan sosial adalah kemampuan yang berfungsi sebagai tempat yang layak bagi perkembangan interaksi manusia dan perkembangan komunikasi. Hal-hal tersebut dapat terjadi dalam ruang komunal. Kegiatan adalah apa yang dikerjakan seseorang pada jarak waktu tertentu . Katalisator mungkin secara individu yang membawa orang secara bersama-sama dalam sebuah aktifitas, diskusi atau topik umum. Sebuah ruang terbuka publik akan menarik orang jika terdapat aktifitas dan orang dapat menyaksikannya. Strategi ini juga diterapkan oleh Rumah Musik Indonesia, Lokananta yang ada di Surakarta. Sebagai perusahaan rekaman tertua di Indonesia, Lokananta pernah mengalami pasang surut. Banyak generasi muda yang kurang tahu akan keberadaan Lokananta, dengan permasalahan yang dihadapi pada saat ini Lokananta memberi fasilitas edukasi agar masyarakat awam bisa mengenal lebih dalam tentang Lokananta. dengan adanya edukasi, Lokananta mengharapkan banyak pengunjung yang datang bukan hanya saat di pembukaan, namun juga terus bisa mengedukasi masyarakat. Konsep creative space yang diterapkan Lokananta digaungkan untuk mengajak masyarakat khususnya generasi muda berkunjung sekaligus mengenal lebih jauh Lokananta. Lokananta juga sering digunakan sebagai tempat konser dan rekaman band-band indie serta sebagai wadah musisi menjual album-albumnya. Selain itu, ruang komunal juga sebagai tempat membangun komunitas, Mengambil salah satu tempat yaitu Ruang Komunal Indonesia Facebook, Pacific Place Jakarta. Ruang interaksi yang diberikan media sosial seperti Facebook, membuat ragam komunitas di dunia bisa saling sapa dan berbagi meski memiliki jarak yang jauh. Namun, diperlukan ruang secara real agar para komunitas bisa saling menginspirasi satu dengan lainnya. Dengan fasilitas ruang pertemuan untuk berbagai komunitas di seluruh Indonesia merupakan program menarik bagi para penggunanya. Ruang ini ditujukan untuk berkumpulnya komunitas dalam menunjang produktivitas seperti konten positif, diskusi maupun belajar hal baru dari komunikasi lain. Tidak

menutup kemungkinan dengan adanya Ruang Komunal Indonesia juga menjadi tempat kolaborasi.

DAFTAR PUSTAKA

Anwar. (1998). Analisis Model Seting Ruang Komunal Sebagai Sarana Kegiatan Interaksi Sosial Penghuni Rumah Susun. 54.

Darmiawati, 2000. Jurnal Dimensi Teknik Arsitektur. 28(2): 112 –122

Effendy, Onong Uchana. (1981). Dimensi-Dimensi Komunikasi. Bandung: PT Rosdakarya

<https://lokadata.id>

Lang, J. (1987). *Creating Architectural Theory*. Van Nostrand Reinhold Company, New York.

Morissan. 2011. Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi. Jakarta: Kencana.

Paul A. Bell, T. C. (2001). *environmental Psychology*. austrialia: Fort Worth, Tex. : Harcourt College Publishers, c2001.

Putri, f. a. (2013). Strategi *Public Realtions* CBL Radio 91.7 FM Bandung Dalam Menarik Minat Pendengar Melalui Kegiatan *Off Air*. 5

Yiftachel O, Hedgcock D. 1993. Urban Social Sustainability : the planning of an Australian City. *Cities* 10 139-157, page 140.