

STRATEGI MENYUSUN RUNDOWN BERITA TV

Arifin S. Harahap

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul, Jakarta

Jln. Arjuna Utara No.9 Kebon Jeruk Jakarta 11510

harahap.arifin1@yahoo.com

Abstrak

Hingga saat ini, masih kerap kita saksikan rundown berita yang disajikan pemberitaan televisi kurang beraturan. Masalah ini muncul karena masih banyak eksekutif/produser yang kurang paham mengenai strategi menyusun rundown berita yang baik. Rundown berita yang tidak tertata dengan sistematis dapat membuat tampilan program menjenuhkan. Rundown berita tv idealnya disusun sistematis berdasarkan jenis berita yang diperoleh pada hari itu. Pada setiap segmen kita harus menghindari jenis berita yang beragam, tapi harus dipilah sehingga memiliki karakter atau jenis yang hampir sama. Pada awal segmen harus ditempatkan berita yang paling kuat dan memiliki gambar yang memikat atau dramatis. Oleh karena itu, eksekutif produser/produser program harus cermat memikirkan setiap item berita yang akan ditampilkan. Penempatan berita yang tepat dalam setiap segmen akan membuat sajian berita mengalir dan menarik ditonton hingga akhir siaran.

Kata kunci: Strategi, *rundown*, berita tv

Abstract

Until now, still often we see rundown news presented by television coverage is less irregular. This problem arises because there are still many executives / producers who do not understand the strategy of formulating a good news rundown. Rundown news that is not organized in a systematic way to make the program display saturate. Rundown tv news ideally organized systematically based on the type of news obtained on that day. In each segment we have to avoid different types of news, but must be sorted so that it has similar characters or types. At the beginning of the segment should be placed the most powerful news and have a picture that lure or dramatic. Therefore, the executive producer / producer of the program should carefully think of every news item that will be displayed. Proper placement of news in each segment will make news flows and draws watched until the end of the broadcast.

Keywords: Strategy, *rundown*, tv news

Pendahuluan

Selama ini, redaksi pemberitaan televisi cenderung berpikir untuk menarik minat sebanyak mungkin penonton, yakni bagaimana senantiasa menyajikan berita yang bernilai tinggi. Itu sebabnya, redaksi pemberitaan tv senantiasa berlomba memburu berita bernilai besar. Ini memang tak salah, tapi kebiasaan ini masih sangat

kental dengan pola pikir penyajian berita di media cetak.

Daya tarik program berita televisi tidak hanya tergantung pada nilai berita, tapi juga harus memikirkan bagaimana mengemasnya di layar. Kemasan berita tv meliputi tampilan presenter, visual, grafis, karakter huruf telop dan rundown. Namun dari sekian jenis kemasan itu, para produser berita tv masih kurang

memperhatikan penyajian rundown. Rundown kerap dibuat apa adanya, tanpa memperhatikan benang merah antara satu item berita dengan item berita lainnya. Padahal rundown yang sistematis amat besar pengaruhnya supaya penonton menyaksikan program dari awal sampai akhir.

Rundown berita yang sistematis akan memudahkan penonton mengikuti kesinambungan alur berita satu dengan berita lainnya. Berita satu dengan berita berikutnya tak boleh terputus. Kalaupun tema berbeda, tapi harus dirangkai dengan berita yang jenisnya hampir sama. Misalnya, pada berita pertama, kita menampilkan berita kerusuhan. Berita berikutnya, tak boleh tiba-tiba diikuti berita ekonomi. Sebaiknya dicari berita yang nyaris sejenis dengan berita kerusuhan, seperti demonstrasi, kriminal atau kasus sosial lainnya. Lantas bagaimana strategi menyusun rundown berita tv?

Pembahasan

Rundown berita tv adalah susunan item berita yang akan ditayangkan hingga akhir program. Formatnya dibuat sedemikian rupa sebagai panduan bagi awak redaksi dan bagian siaran untuk mengetahui nomor berita, judul/*slug*, *video-id*, format, *durasi*, *teaser*, *commercial break* dan catatan/*note/remark*.

Nomor berita adalah urutan berita yang kita tayangkan hingga akhir. Judul/*slug* hendaknya dibuat singkat, padat dan jelas. *Video-id* adalah identitas setiap video berita yang akan ditayangkan dengan nomor kode tertentu untuk memudahkan pemanggilan melalui *server* di studio. Biasanya kode dibuat berdasarkan nomor kaset, tanggal, bulan dan tahun. Kode itu dibuat untuk memudahkan pendokumentasian setelah digunakan. Format adalah bentuk sajian item berita yang ditayangkan seperti *VO*, *SOT*, *PKG*,

LIVE on CAM DAN LOT. Durasi adalah lama waktu yang digunakan untuk setiap item berita. *Teaser* adalah cuplikan berita berikutnya yang akan ditampilkan dan paling tinggi nilai beritanya sehingga memikat pemirsa. *Commercial break* adalah iklan yang ditayangkan dalam program. Catatan biasanya digunakan bila ada hal penting yang perlu menjadi perhatian, seperti berita yang bakal dibuang bila durasi berlebih (*over*) dan berita ulangan (*Re-run*).

Supaya penonton terus terikat jangan lupa membuat catatan di atas, paling tidak tiga cuplikan *top story* atau *highlight* (HL) sebelum penyiar muncul atau setelah penyiar muncul. Cuplikan *top story* (HL) itu sertakan dengan gambar-gambar menarik. *Teaser* buat pada setiap akhir segmen atau sebelum memasuki *commercial break*. *Teaser* berasal dari kata *tease* yang artinya menggoda. Jadi, kita berusaha menggoda pemirsa dengan cuplikan berita lain yang paling menarik pada segmen berikutnya. Jangan buat *teaser* dengan bahasa umum, seperti yang kerap muncul di televisi, “saksikan berita menarik lainnya setelah pesan-pesan berikut”. Berita apa? Ini menimbulkan pertanyaan. Buatlah lebih spesifik, misalnya: “26 orang tewas akibat longsor di Ponorogo, setelah pesan berikut”.

Segmentasi perlu dibuat untuk penempatan *commercial break* atau iklan. Program berita 30 menit umumnya dibuat tiga segmen. Durasi materi *commercial break*/iklan berkisar 6-10 menit. Sisa durasi untuk berita, pengantar penyiar dan *bumper* berkisar 20-24 menit. Kalau hendak membuat *durasi* program berita 60 menit umumnya lima segmen. Kisaran durasi *commercial break*/iklan 12-20 menit. Sisa durasi untuk berita, pengantar penyiar dan *bumper* berkisar 40-48 menit. Total durasi iklan itu bisa dibagi secara merata pada tiap *commercial break*/jeda iklan atau sesuai kebutuhan. Cara ini dapat

dilakukan seterusnya bila hendak membuat durasi program lebih lama lagi.

RUNDOWN
HL: 1,6 dan 11

No.	Anchor	Slug	format	grafik	rep	Cam	Vd-id	dur	Note
1		Berita 1	VO						
2		Berita 2	PKG						
3		Berita 3	VO+SOT						
4		Berita 4	PKG						
5		Berita 5	VO						
Teaser									
Comercial Break									
6		Berita 6	Live						
7		Berita 7	Live						
8		Berita 8	PKG						
9		Berita 9	SOT						
10		Berita 10	LOT						
Teaser									
Comercial Break									
11		Berita 11	PKG						
12		Berita 12	PKG						
13		Berita 13	PKG						

Closing and Crew

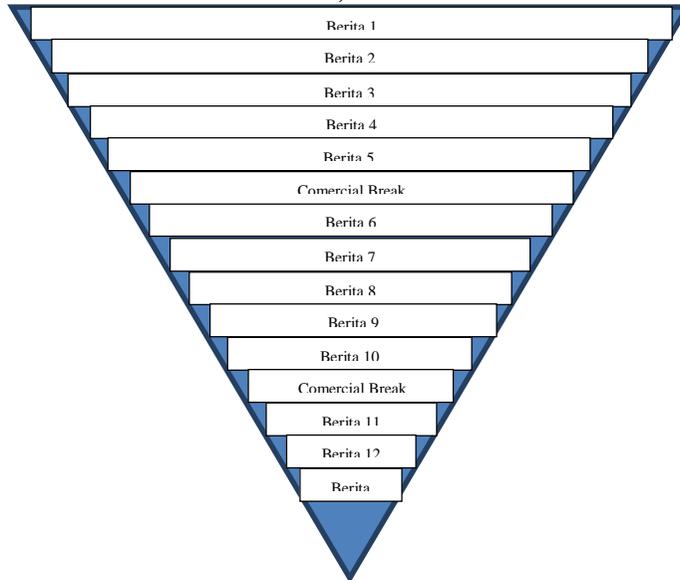
Eksekutif produser/produser harus pandai menggunakan sisa waktu itu untuk mengatur *durasi* setiap item berita yang akan ditampilkan. Berita yang ditampilkan harus tetap bervariasi sekalipun *durasi* terbatas. Variasi berita penting dibuat dalam program untuk memikat penonton.

piramida terbalik. Kelebihan pola ini, pada awal program langsung menyita perhatian pemirsa karena terdiri atas berita paling penting atau paling menarik. Kelemahannya, jumlah penonton akan semakin berkurang pada segmen berikutnya karena nilai berita yang ditampilkan makin ke bawah kian melemah.

Pola Rundown

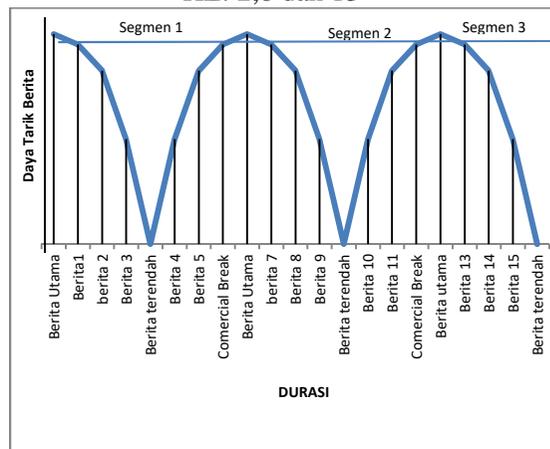
Ada dua pola yang umum digunakan bidang pemberitaan televisi ketika menyusun *rundown*. Pola pertama, redaksi menyusun item berita mulai dari berita paling penting atau paling menarik (*top story*), penting/menarik dan kurang penting atau kurang menarik hingga akhir acara. Pola ini kita ibaratkan *rundown*

**Pola Rundown Piramida Terbalik
HL: 1,6 dan 8**



Pola kedua, menurut Morissan (2008), ibarat puncak dan lembah (*peaks and valleys*). Item berita disusun bergelombang dari satu segmen ke segmen berikutnya. Berita paling penting atau paling menarik (*top story*) tidak dihabiskan pada segmen pertama, tapi dibagi merata pada setiap segmen. Pada segmen pertama dimulai dari yang paling penting atau paling menarik, penting atau menarik dan kurang penting atau kurang menarik. Pada segmen kedua dimulai lagi dengan berita paling penting atau paling menarik, penting atau menarik dan kurang penting atau kurang menarik. Begitu seterusnya disusun hingga akhir program. Cara ini dapat mengikat penonton dari awal hingga akhir program.

**Pola Rundown Puncak dan Lembah
HL: 2,8 dan 13**



Pola ketiga pemisahan jenis secara tegas. memisahkan item berita secara tegas sesuai jenisnya pada tiap segmen. Misalnya, segmen satu disiapkan untuk berita

hukum/kriminal, segmen kedua khusus politik, segmen tiga khusus budaya dan wisata. Pemisahan ini dilakukan sesuai kebijakan redaksi masing-masing. Bisa saja redaksi televisi tertentu senantiasa menempatkan berita politik pada segmen satu, segmen dua hukum/kriminal dan segmen tiga liputan ringan budaya/wisata.

Bisa juga dibuat fleksibel tergantung kekuatan jenis berita yang diperoleh hari itu. Kalau pada hari itu lebih kuat berita hukum/kriminal, maka seluruh segmen satu diisi berita hukum/kriminal. Lusa lebih kuat politik, maka seluruh segmen satu isinya berita politik.

Pola Pemisahan Jenis Berita

HL : 1,6 dan 11

No.	Anchor	Slug	format	grafik	rep	Cam	Vd-id	dur	Note
1		Politik	VO						
2		Politik	PKG						
3		Politik	VO+SOT						
4		Politik	PKG						
5		Politik	VO						
Teaser									
Comercial Break									
6		Hukum	Live						
7		Hukum	Live						
8		Hukum	PKG						
9		Hukum	SOT						
10		Hukum	LOT						
Teaser									
Comercial Break									
11		Budaya/ wisata	PKG						
12		Budaya/ wisata	PKG						
13		Budaya/ wisata	PKG						

Closing and Crew

Segmen berikutnya sesuai penilaian redaksi, jenis berita mana yang ingin ditampilkan.

Supaya tiap produser yang bertugas memiliki visi dan warna yang sama dalam menyusun rundown, redaksi pemberitaan hendaknya memiliki buku pedoman yang membuat jelas batasan jenis berita. Sebagai panduan, tak ada salahnya kita bahas mengenai jenis berita agar memiliki frame yang sama. Jenis berita menurut masalah yang dikandungnya dapat kita bagi sebagai berikut:

1. Berita Bencana
2. Berita Unjuk rasa
3. Berita Kerusuhan
4. Berita Kecelakaan
5. Berita Hukum dan Kriminal
6. Berita Sosial
7. Berita Politik
8. Berita Kesehatan
9. Berita Ekonomi
10. Berita Olahraga
11. Berita hiburan/info tainment

Berita Bencana menyangkut setiap musibah yang terjadi karena faktor alam

dan kelalaian manusia. Bencana alam, seperti: gempa bumi, gelombang panas, kemarau panjang, tsunami, gunung berapi meletus, longsor, banjir dan badai. Bencana karena kelalaian manusia, seperti: kebakaran dan ledakan pabrik kimia. Jenis berita ini cenderung menjadi perhatian pemirsa karena visual atau gambarnya cenderung dramatis. Apalagi bila cakupannya luas, menelan korban jiwa dan mengakibatkan kerugian harta benda.

Berita Unjuk Rasa/demonstrasi menyangkut setiap aksi tekanan masyarakat/kelompok yang menyatakan ketidakpuasan/ketidaksejutan terhadap kebijakan pemerintah/lembaga publik/perusahaan dan dilakukan secara terbuka. Berita semacam ini akan sangat menarik bila jumlah massa besar, menyangkut kepentingan publik dan disampaikan secara emosional dan mengharukan. Misalnya: unjuk rasa menolak kenaikan BBM, unjuk rasa menolak pendirian pabrik di suatu daerah dan unjuk rasa menolak kehadiran pejabat/pimpinan.

Berita kerusuhan menyangkut tindak kekerasan atau huru-hara yang dilakukan sekelompok masyarakat sebagai tindak balasan yang mereka nilai/rasakan tidak adil terhadap sesuatu. Berita ini kian menarik bila menimbulkan kerugian besar dan korban jiwa. Misalnya: tawuran antar warga, tawuran antar pelajar/mahasiswa dan pertikaian antar suku.

Berita Kecelakaan menyangkut setiap peristiwa yang tidak disengaja/tidak diduga baik ada korban maupun tidak ada korban. Misalnya: pesawat jatuh, mobil bertabrakan di jalan raya dan kapal tenggelam.

Berita Kriminal Secara harfiah kriminal berasal dari bahasa Inggris, yakni criminology. Dalam bahasa Belanda kriminologi berasal dari dua kata, crimen dan logos yang berarti kejahatan dan ilmu. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia

(KBBI), kriminal berarti bersangkutan kejahatan (pelanggaran hukum) yang dapat dihukum menurut undang-undang pidana.

TB Ronny R. Nitibaskara (2000) mengemukakan kejahatan dibagi dua, yakni Blue Collor Crime dan *White Collor Crime*. *Blue Collor Crime* menyangkut kejahatan konvensional seperti pembunuhan, pencurian dan sebagainya. Para pelaku dideskripsikan memiliki streotip tertentu, misalnya dari kelas bawah, kurang terdidik, dan miskin. Sedangkan *White Collor Crime* mengenai kejahatan yang berhubungan dengan jabatan. Pelaku sering digambarkan memiliki penghasilan tinggi, berpendidikan tinggi dan memiliki jabatan terhormat di masyarakat. Kejahatan pada kategori ini dilakukan sangat halus, licik dan bahkan berkedok di balik kekuasaan atau wewenang seperti KKN dan penyalahgunaan fasilitas negara.

White Collar Crime biasanya juga banyak menyangkut masalah ekonomi dalam perdagangan valas dan perbankan (*Crime by The Bank*) seperti: penyalahgunaan wewenang dengan memberi suap, kolusi, pelanggaran Batas Maksimum Pemberian Kredit (BMPK) dalam Bantuan Likuiditas Bank Indonesia (BLBI), dan kejahatan di bidang kartu kredit.

Berita Sosial menyangkut kondisi atau keadaan masyarakat yang tidak ideal/tidak sesuai harapan dan dapat membahayakan mereka karena faktor ekonomi, budaya dan psikologis. Misalnya: kemiskinan, pengangguran, pelacuran dan kebodohan.

Berita Politik menyangkut penyelenggaraan pemerintahan dan negara, baik itu proses perumusan, pembuatan dan pelaksanaan kebijakan publik, kiat meraih/mempertahankan kekuasaan secara konstitusional maupun nonkonstitusional;serta usaha yang ditempuh warga untuk mewujudkan

kebaikan bersama. Misalnya, pembasahan RUU di DPR, kampanye Pemilukada, pertentangan tokoh-tokoh politik dan reshuffle kabinet.

Berita Kesehatan menyangkut pemeliharaan jiwa dan raga, merebaknya penyakit serta upaya/kebijakan pemerintah soal penanggulangan/pencegahan penyakit di tengah masyarakat. Misalnya; wabah DBD, wabah malaria, teknologi pengobatan dan masalah obat-obatan

Berita Ekonomi menyangkut segala aktifitas manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi, konsumsi terhadap barang/jasa, kekayaan dan kebijakan pemerintah terkait lembaga keuangan. Misalnya, nilai rupiah anjlog, sembako langka, rush dan kebijakan tataniaga.

Berita olahraga menyangkut masalah olahraga baik itu pertandingan, agenda pertandingan dan masalah lainnya.

Berita Infotainment sesuai namanya, terdiri atas gabungan kata information dan entertainment. Berarti infotainment ditujukan untuk memberi informasi seputar dunia hiburan, termasuk di dalamnya para penggiat seni atau artis. Semula memang informasi inilah yang disajikan. Namun belakangan ini, infotainment di tanah air mulai berubah dari yang semula bertujuan memberikan informasi seputar dunia hiburan, kini menjadi menggiring opini publik ke arah tertentu. Pemilihan berita dan penulisan narasi, cenderung mengekspose hal-hal kontroversial atau konflik seputar artis yang tidak ada manfaatnya bagi khalayak.

Sebenarnya banyak hal positif dari berita infotainment yang bisa digarap. Bahkan mungkin bisa menginspirasi penonton seperti pentas seni spektakuler, kegiatan sosial, kebaikan seputar keluarga, karir, hobi, perjuangan hidupnya sebelum sukses, kegiatan pendidikan, kegiatan keagamaan dan kegiatan positif lainnya yang dapat menginspirasi khalayak pada

hal-hal positif. Asal mau kreatif banyak hal yang dapat digarap dari seputar artis dan tak ada habis-habisnya. Apakah ini menarik? Kenapa tidak? Kalau mereka memang publik figur sungguhan pasti menarik dan layak jual. Bukankah dalam jurnalistik ada istilah name makes news. Kalau memang mereka disebut public figure apa pun hal-hal positif dari mereka bisa menjadi berita. Bukan masalah privacy-nya yang diberitakan dan dibesar-besarkan. Kalaupun hendak menyajikan berita yang berbau konflik tentang mereka bisa dtoleransi sepanjang menyangkut pelanggaran hukum atau tindak kriminal, seperti terlibat sebagai bandar narkoba, tertangkap mengkonsumsi narkoba dan menganiaya orang.. Ini bukan lagi masalah privacy, tapi sudah menyangkut publik.

Penempatan Berita Utama Berdasarkan Jenis Berita

Penempatan berita utama pada segmen satu harus juga kita pertimbangkan dengan baik. Tidak semua jenis berita bisa ditempatkan pada segmen satu. Berdasarkan data riset jenis berita bencana, kecelakaan, kerusakan, kriminal dan demonstrasi cenderung memperoleh rating tinggi di tv. Ini terkait dengan visual berita itu yang cenderung dinamis dan menggugah perasaan penonton. Jenis berita lainnya hanya akan menarik bila isunya sangat kuat, hangat, kontroversial dan menyangkut kepentingan umum, seperti berita politik dan ekonomi. Bila hanya berita politik dan ekonomi sehari-hari, rating/share-nya cenderung rendah.

Gambar Berita TV

Penempatan berita utama juga harus mempertimbangkan gambar. Gambar berita tv yang baik haruslah memenuhi syarat sebagai berikut:

1. Realistis

Gambar yang ditampilkan apa adanya. Bukan gambar rekayasa. Gambar

- rekayasa akan sangat terlihat di layar. Jangan pernah mendustai penonton. Bila itu terjadi, kepercayaan mereka akan sangat menurun terhadap kredibilitas stasiun pemberitaan tv.
2. Dinamis.
Gambar yang diambil usahakan yang bergerak. Bukan gambar pasif. Gambar pasif amat menjenuhkan penonton. Contoh: gambar suasana seminar dan rapat.
 3. Dramatis
Gambar yang bersifat dramatik dengan atmosfir yang jelas amat kuat untuk menyita perhatian penonton. Contoh: gambar suasana kerusuhan, orang histeris dan letupan kebakaran.
 4. Selaras
Gambar yang diambil harus selaras dengan berita yang akan kita buat. Jangan sampai narasi bercerita A, tapi gambar yang muncul B, baik sebagian atau keseluruhan. Gambar berita tv bukan hanya sekedar gambar tempelan untuk menutupi narasi.
 5. Etis
Menurut KBBI (2008), etis berarti berhubungan (sesuai) dengan etika atau sesuai dengan asas perilaku yang disepakati secara umum. Jadi, gambar-gambar yang diambil tidak mengandung unsur kekerasan berlebihan dan porno.

Kapan Rundown Dirancang?

Rundown berita sebaiknya mulai dirancang pada saat rapat redaksi. *Rundown* ini kita sebut *rundown* bayangan. Tujuannya agar setiap awak redaksi memiliki persiapan untuk memburu berita dan memenuhi kelengkapannya, seperti data, visual pendukung dan grafis/animasi bila diperlukan.

Rundown bayangan bisa berubah setiap waktu karena sangat tergantung perkembangan berita yang diliput reporter/koresponden/kontributor di

lapangan. Bahkan pada saat *on air*, *run down* masih bisa diubah bila ada laporan terbaru dan sangat penting untuk disampaikan kepada pemirsa. Pekerjaan ini memang amat menegangkan, tapi eksekutif produser/produser harus berani melakukannya demi mengejar aktualitas berita-berita yang ditampilkan.

Perubahan *rundown* setiap waktu memang akan membuat ada berita yang harus dibuang atau *drop*. Jangan merasa sayang dengan berita yang dibuang itu. Peliput berita juga tak boleh kecewa. Semua awak redaksi harus menyadari, berita yang ditampilkan setiap waktu kepada penonton haruslah yang terpenting atau paling menarik dan memenuhi etika. Ingatlah, kita satu tim yang senantiasa mengejar *rating/share* program. *Rating/share* program yang tinggi akan mempengaruhi jumlah dan nilai iklan. Hidup dan matinya program sangat tergantung pada iklan. Kesadaran ini harus tertanam pada benak semua awak redaksi.

Sistematika Menyusun Berita Pada Rundown

Susunan setiap berita pada *rundown* harus dibuat sistematis. Kita tidak boleh menyusun secara serampangan. Jangan buat menyebar berita sejenis di setiap segmen. Ini akan membingungkan penonton.

Bila berita yang tersedia tidak sejenis bisa disusun berdasarkan kedekatan karakter. Sebagai contoh berikut ini ada enam jenis berita yang berbeda di meja redaksi yakni: demonstrasi, kriminal, ekonomi, politik, feature dan kerusuhan. Dari lima berita ini, ada dua kelompok yang memiliki karakter hampir sama. Kelompok pertama: kerusuhan, demonstrasi dan kriminal. Kelompok kedua: politik, ekonomi dan feature. Jadi, kedua kelompok jenis berita itu bisa dipisahkan dalam segmen. Berita mana

yang yang nomor pertama dan seterusnya disusun berdasarkan nilai berita.

Kesimpulan

Setiap produser pemberitaan tv hendaknya memperhatikan betul sistematika penyusunan rundown. Setiap item berita yang disajikan haruslah memiliki benang merah antara satu dengan yang lainnya. Berita yang memiliki karakter sama hendaknya dikelompokkan pada satu segmen.

Pemilihan HL juga harus dipikirkan dengan matang. Pilihlah HL yang kuat dan memiliki daya tarik materi narasi yang kuat dan memiliki gambar dramatis sehingga membuat penasaran penonton menantikan tayangan program berita tv. HL akan mengikat penonton begitu pertama menyaksikan tayangan berita.

Penempatan HL juga harus mempertimbang gambar berita tv. Boleh saja, berita bernilai tinggi tapi kalau gambar kurang lengkap, bagus dan dramatis sebaiknya dipertimbangkan sebagai HL.

Begitu juga pemilihan teaser, harus dipilih yang mampu mengikat penonton dari satu segmen ke segmen berikutnya. Dengan demikian, sajian berita akan mengalir dengan baik dari awal sampai akhir berita.

Daftar Pustaka

Buku

Junaedi Fajar. *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi*, Kencana Prenada Media Grup, Jakarta 2013

Morisson. *Jurnalistik TV Mutakhir*, Prenada Media Grup, Jakarta. 2008

Neil Everton. 1999. *Making Television News*, London: Reuter Foundation.

Patricia Holland. 1997. *The Television Handbook*. New York: Routledge.

Reardon, Nancy. *On Camera: Menjadi Jurnalis Andal dan Profesional*, Penerbit Erlangga, 2016

Suprpto, Tommy. *Berkarir di Bidang Broadcasting*, PT Buku Seru, Yogyakarta, 2013

Jurnal

Harahap, Arifin S., *Dampak Berita Kriminal di Televisi*, Jurnal Komunikologi, Volume 12 No.2, September 2015

Harahap, Arifin S., *Strategi Meningkatkan Rating/Share Pemberitaan Televisi*, Media Edukasi Jurnal Analisa Fenomena Komunikasi, Volume 1 No 1 Januari-Juni 2016