

**Pemaknaan Pengelolaan Radio Komunitas Secara Profesional dan Partisipasi (Studi Kasus Radio Silaturahmi Am 720)**

**Oleh: Ade Fadli Fachrul**

**Abstract: Defining Community Radio Management In Professional and Participation (Case Studies friendship Radio Am 720).** The study aims to find answers about the definition of a professional to manage community radio and how to build a participatory community radio with the corresponding reference. This research uses qualitative descriptive konstruktivistis paradigm that will depict the real conditions and the existence of Radio friendship. The conclusion that in the management of community radio professional aspect is absolutely necessary as the demand to continue broadcasting in order to expand the number of listeners as well as for the management of radio quality. By upholding the professional level will provide improved quality and audience loyalty will be maintained and sustained. Community radio can survive by increasing the amount of audience participation, because community radio was born and grew from the desire of the community this sendiri. Partisipasi not merely as a listener but an active contribution in the form of donors, thinking, evaluation and monitoring of the sustainability of the radio broadcasts.

Keywords: Community Radio, Professional, Participation

**Abstrak: Pemaknaan Pengelolaan Radio Komunitas Secara Profesional dan Partisipasi (Studi Kasus Radio Silaturahmi Am 720).** Penelitian bertujuan untuk menemukan jawaban mengenai pengertian profesional dalam mengelola radio komunitas dan bagaimana membangun radio komunitas yang partisipatif dengan referensi yang terkait. Penelitian ini menggunakan jenis kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivistis yang akan menggambarkan kondisi nyata dan eksistensi Radio Silaturahmi. Kesimpulan bahwa dalam pengelolaan radio komunitas aspek profesional mutlak diperlukan sebagai tuntutan untuk terus bersiaran agar dapat memperluas jumlah pendengar serta untuk mengelola manajemen radio yang bermutu. Dengan menjunjung tinggi tingkat profesional akan memberikan peningkatan mutu dan loyalitas pendengar akan terpelihara dan langgeng. Radio komunitas dapat bertahan dengan memperbesar jumlah partisipasi pendengar, karena radio komunitas lahir dan tumbuh dari keinginan komunitas itu sendiri. Partisipasi ini bukan semata sebagai pendengar namun memberikan kontribusi aktif berupa donatur, pemikiran, evaluasi dan pemantauan terhadap keberlangsungan siaran radio.

**Kata Kunci: Radio Komunitas, Profesional, Partisipasi**

**Pendahuluan**

Pertumbuhan media penyiaran saat ini memberikan angin segar bagi masyarakat dalam memperoleh berbagai informasi baik pendidikan atau hiburan. Tak kecuali kehadiran media massa radio juga terus menunjukkan geliat kenaikan yang pesat di mana masa sebelum runtuhnya rezim Orde Baru radio hanya dijadikan alat atau media penguasa.

Hadirnya lembaga penyiaran radio atas inisiatif masyarakat atau yang dikenal dengan radio komunitas turut memberikan andil dalam pemberdayaan masyarakat dapat memperoleh akses informasi. Dalam UU Penyiaran No 32/2002 radio komunitas telah memiliki payung hukum sebagai media massa yang diakui keberadaannya sejajar dengan radio publik, komersial dan berlangganan.

Radio komunitas muncul pertama kali di Bolivia, Amerika Latin tahun 1947 sebagai radio buruh tambang dalam menyiarkan masalah kondisi masyarakat kemudian berkembang di Kolumbia, lembaga pendidikan yang berkonsentrasi memenuhi komunitas.

Kemampuan radio dengan memancarkan kekuatan gelombang elektromagnetik, maka pemerintah Amerika Serikat tahun 1912 mengeluarkan regulasi yang bernama *Radio Act 1912* mengenai gelombang udara yang kewenangan penuh diberikan kepada Departemen Perdagangan (Astuti, 2008).

Pada awalnya para pendengar radio dikenakan pajak untuk mendapatkan informasi dari stasiun radio, namun akhirnya pendengar dibebaskan untuk mendengar siaran radio. Pembiayaan pengelolaan radio bukan dari pendengar radio tetapi diperoleh dari para pengiklan yang memanfaatkan gelombang suara dalam mempromosikan produknya (Astuti, 2008).

Kekuatan radio dalam menyampaikan informasi memberi peluang pada dunia usaha untuk mengambil keuntungan di ceruk media massa ini. Tak ketinggalan di Indonesia pun bermunculan berbagai jenis radio. Namun berdasarkan Undang-Undang Penyiaran No. 32 tahun 2002 (UU 32/2002) hanya terdapat empat bentuk radio yang beroperasi di Indonesia yaitu pertama, radio siaran publik yakni RRI (Radio Republik Indonesia); kedua, radio siaran komersial ; ketiga, radio siaran komunitas dan keempat radio berlangganan.

Dari keempat jenis radio tersebut dalam penelitian ini akan diteliti yaitu radio komunitas. Radio komunitas merupakan radio yang berusaha mendorong untuk pendengar secara protagonis (tokoh utama) melalui keterlibatan aktif dalam seluruh aspek dari mulai manajemen, produksi program dan penyajian kepada komunitas di mana program tersebut ditujukan membantu dalam pembangunan dan kemajuan sosial di dalam komunitas yang bersangkutan dengan program siaran yang berkaitan dengan komunitas. (Fraser dan Estrada, 2001) (dalam Jurriens, 2003).

Radio komunitas yang lahir dari komunitas tertentu dengan beberapa alasan, pertama, kebutuhan masyarakat untuk mengekspresikan pendapat dan kepentingannya. Media yang diharapkan adalah media yang mampu menyentuh dan menjawab kebutuhan rakyat sesuai konteks lokalnya. Dalam radio komunitas masyarakat juga berperan sebagai produser atau pembuat informasi; kedua, tidak semua anggota masyarakat dapat menjangkau siaran yang ada. Masih banyak anggota masyarakat yang tidak terkena terpaan media massa umum. Mereka yang tinggal di tempat terpencil, di wilayah pedesaan, pulau-pulau kecil dan wilayah yang jauh dari siaran televisi dan radio, tidak dapat menikmati media massa sebagaimana di tempat-tempat strategis lainnya (Haryanto & Ramdojo, 2009) (dalam Ch, 2013).

Dari data Worldbank Research Team di 13 wilayah di Indonesia tercatat 630 radio komunitas. Berdasarkan data dari Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (PPPI), belanja iklan radio terus meningkat tahun 1996 mencapai 230 miliar, tahun 1997 sekitar 206 miliar, tahun 1998 sebesar 136 miliar, tahun 1999 berjumlah 187 miliar dan tahun 2000 mencapai 257 miliar, tahun 2001 meningkat lagi menembus 341 miliar dan tahun 2002 sebesar 658 miliar (Kansong, 2009).

Hingga tahun 2012 terjadi lonjakan belanja iklan, misal selama semester I tahun 2012, dengan nilai belanja iklan 90 trilyun. Radio masih dilirik sebagai media yang patut diperhitungkan dalam memasarkan produk dan memberikan informasi kepada masyarakat. Walaupun porsi pendapatan terbesar masih dipegang oleh media massa televisi sebesar 67%. Kemudian, di posisi kedua terdapat media cetak dengan porsi 30% - 32% serta sisanya dipegang oleh radio dan media internet (<http://industri.kontan.co.id>).

Di tengah kancah persaingan bisnis radio saat ini dalam memperebutkan porsi iklan sebagai nyawa keberlangsungan kehidupan pengelola radio maka berbagai program siaran dipertaruhkan untuk mendongkrak perolehan iklan. Tentunya hanya radio yang dikelola secara profesional dan memiliki program unggulan saja serta jumlah pendengar yang banyak akan mendatangkan para pemasang iklan produk.

Iklan merupakan urat nadi bagi keberlangsungan hidup stasiun radio, karena radio dapat hidup dan tumbuh dalam mengembangkan berbagai program siaran sangat tergantung dengan kekuatan para pengiklan. Namun, bagaimana jika sebuah stasiun radio tidak memperoleh iklan (non komersial) tentu tinggal menghitung hari dan dipastikan tidak akan mampu melanjutkan keberadaan hidup stasiun radio tersebut cepat atau lambat akan berhenti bersiaran atau mati.

Radio Silaturahmi (RASIL) adalah radio komunitas keagamaan (Islam) yang bertengger di frekuensi AM 720 KHz merupakan sebuah

pengecualian. Sejak berdiri tahun 2009 hingga kini Radio Silaturahmi yang berlokasi di Cibubur mampu mempertahankan eksistensi siaran tanpa adanya iklan komersial bahkan mampu menggaet pendengar sebanyak tiga juta orang (Rasil, 2012).

Radio Silaturahmi yang mengusung slogan “Untuk Islam Yang Satu”, saat ini terus mengembangkan peran aktifnya dalam bersiaran. Sejak membeli izin siaran tahun 2009 dari Radio Citra Aditama yang berlokasi di Bekasi, Jawa Barat, maka tahun 2010 barulah mengudara dengan format radio dakwah Islam yang berlokasi di jalan Masjid Silaturahmi No. 36 Kalimanggis Cibubur, Jawa Barat (Rasil, 2012).

Tujuan dari Rasil untuk memberikan siaran keagamaan dalam upaya pencerahan bagi pendengar dengan memberikan ruang kepada narasumber yang berkualitas dan berkompeten dalam bidang keagamaan Islam. Rasil berfokus lebih mengutamakan persatuan dan kesatuan umat ketimbang membahas masalah perbedaan yang terdapat dalam masyarakat muslim selama ini atau yang dikenal dengan masalah cabang-cabang (*furuiyah*). Rasil bersiaran selama 24 jam sehari semalam menyapa akrab para pendengar setia diudara dengan sapaan kalimat “ikhwan dan akhwat”. Ikhwan sapaan untuk pendengar jenis kelamin laki-laki dan akhwat untuk jenis kelamin perempuan.

Dengan jumlah pendengar setia saat ini sekitar tiga juta orang tersebar pada 25 kota di pulau Jawa, Sumatera dan Kalimantan dapat menikmati siaran sedangkan melalui gelombang AM dengan pancaran mencapai radius lebih dari 180 km. (Rasil, 2012). Pengikat kesetiaan pendengar Rasil adalah dengan program siaran unggulan dan narasumber yang kredibel dan luas wawasan keilmuannya serta dikelola secara profesional. Program acara antara lain Hikmah Pagi, Renungan Al Qur’an, Kajian Fiqh Wanita, Kesehatan Ibu dan Anak, Tausiyah Sore, Kajian Malam, Psikologi Anak, Talk Show, berita nasional dan internasional dan lain-lain. (Rasil, 2012)

Dengan slogan “Untuk Islam Yang Satu” yang bertujuan untuk mempersatukan umat, maka ditampilkan narasumber dari berbagai aliran, mazhab untuk memberikan kajian keilmuan dari beragam sudut pandang. Karena Rasil didirikan dengan tujuan betul-betul untuk menegakkan kalimat Allah, keadilan, memperjuangkan kebenaran dan menyambung merajut tali persaudaraan di antara umat. Tidak melihat kelompok, golongan, sekte, mazhab serta berjuang untuk tanah air, bangsa dan saudara kita tanpa kefanatikan (Rasil, 2012).

Rasil dikelola secara profesional dengan membangun basis partisipasi para pendengar guna kemajuan radio. Hal disebabkan dalam format radio komunitas harus memanjakan dan membangun loyalitas

pendengar dengan berbagai jenis program yang menarik dan dipadu dengan penyiar yang baik pula.

Radio merupakan media komunikasi massa yang memberikan pesan kepada masyarakat yang diharapkan pesan tersebut dapat memberikan pemahaman terhadap isi pesan yang disampaikan, karena radio memiliki karakteristik yang khas dibandingkan dengan media massa lainnya, antara lain cepat dalam mengirimkan pesan, murah dan mudah dalam operasional, tidak memerlukan teknologi yang rumit dan sederhana oleh karena itu hingga kini radio tetap memiliki tempat tersendiri di masyarakat.

Sesuai dengan penyebutan "komunitas" yang berbasis pada komunitas dan non profit. Radio komunitas dapat dipetakan menjadi, pertama, merupakan radio "alternatif". Alternatif dari dua model penyiaran yang hanya melayani propaganda negara (*state oriented*) dan melayani kepentingan pengusaha (*market oriented*) melalui radio; ke dua, sebagai radio pendidikan, dari fungsi radio yang hanya menyiarkan berita; ke tiga, sebagai radio swadaya, yang memiliki ciri khas, mengandalkan sikap militansi, ketulusan dan independensi pengelolanya; ke empat, sebagai radio yang merujuk kepada pemilikan dan wilayah orientasi yang melokal (komunitas) sebagai antitesis radio swasta yang meluas dan berjangkauan. (Masduki, 2004).

Dalam tulisan ini akan disoroti bagaimana profesionalisme dalam mengelola radio komunitas dan bagaimana partisipasi masyarakat dalam mengelola radio komunitas?

Merujuk pada beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya maka terdapat beberapa penelitian yang akan memperjelas dan membantu kajian peneliti nantinya. Penelitian sebelumnya sebagai gambaran untuk memandu arah dan melihat peta dalam mengkaji bagaimana radio komunitas secara profesional dikelola dengan partisipasi komunitas. Tentunya peneliti tetap memiliki ruang yang berbeda dari peneliti sebelumnya.

Radio komunitas sebagai media partisipasi diteliti oleh Jurriens (2003) dengan judul Radio Komunitas di Indonesia: "New Brechtian Theatre" di Era Reformasi. Obyek penelitian yang dikaji oleh Jurriens, radio komunitas yang bernama Radio Komunitas Angkringan di Desa Timbulharjo, Yogyakarta.

Kajian lebih tajam dan fokus dilakukan oleh Maryani (2011) di radio komunitas Angkringan, jika Jurriens hanya memaparkan gambaran umum mengenai peran radio komunitas. Kajian Maryani dengan judul Media dan Perubahan Sosial – Suara Perlawanan Melalui Radio Komunitas.

Radio Komunitas Angkringan dipersepsikan sebagai media alternatif. Alternatif dalam konteks ini digambarkan oleh Sullivan (dalam Maryani,

2011) media alternatif merupakan bentuk-bentuk komunikasi yang diakui menolak atau menentang politik yang mapan atau terlembagakan. Media alternatif juga menyokong perubahan dalam masyarakat atau sekurang-kurangnya melakukan penilaian kritis terhadap nilai-nilai tradisional. Dalam pandangan Fiske (dalam Maryani, 2011) media alternatif, diartikan media yang membuat pemberitaan kritis terhadap praktik-praktik kelas dominan, namun khalayaknya termarginalkan dari blok kekuasaan yang dikritiknya.

Dengan kehadiran Radio Komunitas Angkringan memberikan sumbangan positif, Radio Komunitas Angkringan mampu memperluas kesadaran warga akan dominasi yang diterima dan memperkuat perlawanan terhadap pihak-pihak yang dianggap memanipulasi informasi bagi warga setempat, menindas dengan korupsi, menghancurkan nilai-nilai solidaritas dan mengabaikan kepentingan masyarakat.

Penelitian dari Masduki (2004) dalam penelitian berjudul Perkembangan dan Problematika Radio Komunitas di Indonesia. Di Indonesia radio komunitas mendapat payung hukum sebagai landasan dalam bersiaran disahkan dalam Undang-Undang 32/2002 sebagai revisi UU 24/1997 tentang Penyiaran.

Keberadaan dan keberhasilan radio komunitas juga diteliti oleh Rachmiate (2007). Penelitian yang dilakukan oleh Rachmiate dengan judul Radio Komunitas Eskalasi Demokratisasi Komunikasi. Penelitian tersebut mengkaji keberadaan radio komunitas di pedesaan yang dikaitkan dengan peningkatan (*eskalasi*) demokratisasi komunikasi.

Peneliti lain Tripambudi (2011) dengan judul Radio Komunitas Sebagai Media Alternatif Untuk Pemberdayaan Masyarakat. Dalam pengamatan Tripambudi, bahwa sesungguhnya radio komunitas dapat dijadikan sebagai media untuk pemberdayaan masyarakat, karena jika ditinjau dari kondisi geografis Indonesia masih sangat memberikan harapan terhadap prospek radio komunitas.

### **Partisipasi Masyarakat Dalam Pengelolaan Radio Komunitas**

Menurut Ach. Wazir (1999) partisipasi diartikan sebagai keterlibatan seseorang secara sadar ke dalam interaksi sosial dalam situasi tertentu. Dengan pengertian itu, seseorang bisa berpartisipasi bila ia menemukan dirinya dengan atau dalam kelompok, melalui berbagai proses berbagi dengan orang lain dalam hal nilai, tradisi, perasaan, kesetiaan, kepatuhan dan tanggungjawab bersama.

Partisipasi masyarakat menurut Isbandi (2007) adalah keikutsertaan masyarakat dalam proses pengidentifikasian masalah dan potensi yang ada dalam masyarakat, pemilihan dan pengambilan keputusan tentang alternatif solusi untuk menangani masalah, pelaksanaan upaya mengatasi

masalah, dan keterlibatan masyarakat dalam proses mengevaluasi perubahan yang terjadi.

Mikkelsen (1999) membagi partisipasi menjadi 6 (enam) pengertian, yaitu:

1. Partisipasi adalah kontribusi sukarela dari masyarakat tanpa ikut serta dalam pengambilan keputusan.
2. Partisipasi adalah "pemekaan" (membuat peka) pihak masyarakat untuk meningkatkan kemauan menerima dan kemampuan untuk menanggapi kegiatan.
3. Partisipasi adalah keterlibatan sukarela oleh masyarakat dalam perubahan yang ditentukannya sendiri.
4. Partisipasi adalah suatu proses yang aktif, yang mengandung arti bahwa orang atau kelompok yang terkait, mengambil inisiatif dan menggunakan kebebasannya untuk melakukan.
5. Partisipasi adalah pemantapan dialog antara masyarakat setempat dengan melakukan persiapan, pelaksanaan, monitoring, agar memperoleh informasi mengenai konteks lokal, dan dampak-dampak sosial.
6. Partisipasi adalah keterlibatan masyarakat dalam pembangunan diri, kehidupan, dan lingkungan.

Pentingnya partisipasi dikemukakan oleh Conyers (1991) sebagai berikut: *pertama*, partisipasi masyarakat merupakan suatu alat guna memperoleh informasi mengenai kondisi, kebutuhan, dan sikap masyarakat setempat yang tanpa kehadirannya berbagai hal akan gagal; *kedua*, bahwa masyarakat akan lebih mempercayai program-program jika merasa dilibatkan dalam proses persiapan dan perencanaannya, karena mereka akan lebih mengetahui seluk-beluk kegiatan tersebut dan akan mempunyai rasa memiliki, *ketiga*, partisipasi merupakan suatu hak demokrasi bila masyarakat dilibatkan dalam sebuah proses awal..

Alexander Abe (2002) mengemukakan pengertian partisipatif bertujuan melibatkan kepentingan masyarakat dalam prosesnya melibatkan rakyat (baik secara langsung maupun tidak langsung) tujuan dan cara harus dipandang sebagai satu kesatuan. Suatu tujuan untuk kepentingan rakyat dan bila dirumuskan tanpa melibatkan masyarakat, maka akan sangat sulit dipastikan bahwa rumusan akan berpihak padarakyat.

Lebih lanjut Abe mengemukakan langkah-langkah dalam perencanaan partisipatif yang disusun dari bawah yang dapat digambarkan sebagai tangga perencanaan sebagai berikut pertama, Penyelidikan, adalah sebuah proses untuk mengetahui, menggali dan mengumpulkan persoalan-persoalan bersifat lokal yang berkembang dimasyarakat; ke dua, Perumusan masalah, merupakan tahap lanjut dari proses penyelidikan. Data atau informasi yang telah dikumpulkan diolah sedemikian rupa

sehingga diperoleh gambaran yang lebih lengkap, utuh dan mendalam; ke tiga Identifikasi daya dukung, dalam hal ini daya dukung diartikan sebagai dana konkrit (uang) melainkan keseluruhan aspek yang bisamemungkinkan target yang telah ditetapkan; ke empat Rumusan Tujuan adalah kondisi yang hendak dicapai, sesuatu keadaan yang diinginkan (diharapkan), dan karena itu dilakukan sejumlah upaya untukmencapainya.

Ke lima, Penetapan adalah proses penyusunan apa saja yang akan dilakukan. Proses ini merupakan proses membuat rumusan yang lebih utuh, perencanaan dalam sebuah rencana tindak; ke enam Merancang anggaran, disini bukan berarti menghitung uang, melainkan suatu usaha untuk menyusun alokasi anggaran atau sumber daya yang tersedia.

### **Radio Sebagai Media Komunikasi Massa**

Radio merupakan salah satu media komunikasi massa yang mengandalkan *audio* (suara) untuk menyampaikan pesan-pesan komunikasi. Perkembangan radio diawali dengan penemuan phonograph (gramofon) yang dapat digunakan dalam rekaman oleh Edison tahun 1877. Kemudian disusul oleh penemuan James Clerk Maxwell dan Helmholtz Hertz dengan eksperimen elektromagnetik untuk mempelajari fenomena yang kini dikenal dengan gelombang radio.

Menurut Riswandi (2007) sekurangnya terdapat empat kelebihan media massa radio; pertama, segera dan cepat yaitu laporan peristiwa atau opini di radio harus sesegera mungkin dilakukan untuk mencapai kepuasan pendengar; ke dua, aktual dan faktual yakni berita radio adalah hasil liputan peristiwa atau opini yang akurat sesuai fakta, yang sebelumnya tidak diketahui oleh khalayak. Opini terkait dengan upaya pendalaman liputan (*investigasi*) atas suatu data atau peristiwa.

Ke tiga, penting bagi masyarakat luas bahwa harus ada keterkaitan dengan nilai berita yang berlaku dalam jurnalistik secara umum guna memenuhi kepentingan masyarakat; ke empat, relevan dan berdampak luas yakni masyarakat selaku pendengar merasa membutuhkannya dan akan mendapatkan manfaat optimal dari berita radio berupa pengetahuan, pemahaman, data bagi pengambilan keputusan sebagai respon atas sebuah berita.

Demikian pula menurut Errol Jonathans (uns.ac.id) pada pelatihan Produksi Siaran Musik Etnik Tingkat Dasar (1999) bekerja sama dengan Ford Foundation yang berjudul Program Produksi Siaran di Radio. Karakteristik media radio, yaitu *pertama*, menjaga mobilitas yakni radio tetap menjaga mobilitas pendengar untuk tetap tinggi.

Ke dua, radio merupakan sumber informasi tercepat. Radio *is the Now Medium*. Pengertian "Now" adalah masalah "kesegeraan", sehingga



dimungkinkan lebih cepat dalam penyebaran informasinya. Ke tiga, radio memiliki karakter *auditif* yaitu produksi radio hanya suara, bukan visual semacam media cetak, atau visual bergerak ala TV, radio masih memiliki beberapa keunggulan, di samping kelemahan karakternya. Keunggulan tersebut meliputi (a) biaya dan proses operasionalnya lebih murah, (b) komunikasi melalui suara cenderung lebih mudah ketimbang harus membaca atau melihat dan mendengar.

Karakteristik ke empat, radio memiliki komunikasi personal, artinya radio menciptakan keakraban dengan pendengarnya, walau kenyataannya radio secara serentak didengar banyak orang dalam waktu yang sama. Kelima, radio merupakan "*Theatre of Mind*" yaitu program acara yang dibawakan oleh penyiar tertentu yang disiarkan lewat media radio akan memunculkan imajinasi tersendiri bagi pendengarnya. Misal, ketika pendengar sedang menyimak suara seorang penyiar, maka lewat suara tersebut pendengar seketika membayangkan seperti apa kira-kira wajah penyiarinya. Pendengar akan melakukan rekayasa sendiri kira-kira seperti apa sosok penyiar tersebut.

Ke enam, radio bersifat *mass distribution* bahwa radio mempunyai kelebihan distribusi informasi, edukasi, hiburan yang simultan. Dapat dinikmati oleh sejumlah pendengar bersama-sama dan serentak. Hal ini tidak mungkin dilakukan media cetak; ke tujuh, radio sangat murah. Murah di sini adalah jika dibandingkan dengan media massa cetak, TV atau film. Radio merupakan media komunikasi massa yang murah dalam beberapa hal, seperti biaya penyelenggaraan siaran, penerima relatif murah harganya, murah, khalayak pendengar tidak perlu membayar bila ingin mendengarkan radio.

Ke delapan, radio memiliki format dan segmentasi tajam. Dalam perkembangan radio modern, kecenderungan radio untuk membidik sasaran pendengar lebih spesifik dengan format yang lebih spesifik pula menjadi semacam keharusan. Sudah tidak jamannya lagi radio melayani seluruh lapisan masyarakat, Ke sembilan, radio memiliki daya jangkauan siaran luas. Dalam hal distribusi produksi, radio punya keunggulan untuk meraih areal sasaran yang luas. Teknologinya memungkinkan untuk mengatasi hambatan-hambatan geografis, cuaca maupun waktu. Apalagi dengan perkembangan teknologi satelit semakin membuat penyebaran siaran radio menjadi lebih mudah.

Ke sepuluh, radio hanya selintas dengar/tak terdokumentasi. Artinya, suara yang muncul diudara tidak bertahan lama, sekali muncul, maka pada saat itu juga hilang tanpa bekas. Karenanya sangat sulit untuk mendokumentasikan siaran, kecuali direkam. Kesebelas, radio anti detail yakni sifat selintas dan ini berakibat radio siaran tidak mampu menyajikan hal-hal yang bersifat detail. Artinya, semakin detail sebuah informasi

disiarkan, maka semakin besar peluang informasi tersebut bias atau tidak bisa diingat.

### **Radio Komunitas Sebagai Media Partisipasi**

Karakteristik media massa radio memiliki perbedaan dengan media massa lainnya. Radio hanya mengandalkan pendengaran atau disebut dengan media audio. Karakteristik ini menuntut pengelola radio harus mampu menyajikan program siaran yang bermutu dan melekat di hati pendengar dengan kekuatan suara. Siaran radio harus melibatkan pendengar sehingga keinginan pendengar dapat diakomodasi dengan baik.

Partisipasi warga komunitas dapat pula berwujud bagaimana mencari sumber pembiayaan operasional, hibah, sponsor dan sumber dana lain yang tidak mengikat (Ch, 2005). Jika tingkat partisipasi warga komunitas tinggi maka akan memberikan kelangsungan akan keberadaan radio komunitas itu sendiri.

### **Membangun Profesional Radio Komunitas**

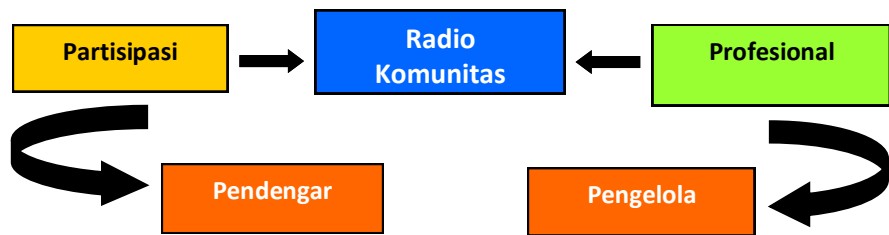
Radio komunitas bukanlah radio yang bersiaran asal mengudara tanpa mengikuti kaidah-kaidah bersiaran. Jika radio komunitas tidak memiliki komitmen maka akan ditinggalkan oleh komunitasnya sendiri. Profesionalisme merupakan kunci keberhasilan dalam mengelola radio komunitas. Walaupun radio komunitas hanya ditujukan kepada komunitas tertentu dan mengudarakan untuk kepentingan komunitas, namun tetap keprofesionalan harus diutamakan.

### **Radio Komunitas Sebagai Media Alternatif**

Pertanyaan penting dalam kajian radio komunitas, apakah radio komunitas dapat menjadi radio alternatif masa depan ?. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Birowo, Sasangka dan Herawati (2000) (dalam Birowo, 2004) mendapatkan fakta 43,4 % responden tidak puas atas penyediaan radio swasta atas informasi sekitar tempat tinggal mereka (tingkat kepuasan hanya 33 %).

Hal ini terjadi karena media *mainstream* tidak dapat memenuhi semua keinginan warga masyarakat ditambah lagi media *mainstream* memiliki perbedaan yang signifikan dengan radio komunitas. Banyak peluang yang dapat dikembangkan oleh radio komunitas, dalam aspek penyusunan materi siaran, bahwa pemberitaan atau siaran berdasarkan kebutuhan dan kesepakatan bersama dalam komunitas. Hal ini dapat berangkat dari hasil diskusi yang memang mengangkat persoalan di dalam komunitas jadi memang isu yang hangat. Bertolak belakang dengan dengan radio komersial, semua berpatokan pada *rating*, apa yang disukai pendengar atau yang trend pada saat itu bahkan pesan atau keinginan pemilik modal atau pengelola radio untuk menyuarakan kepentingannya.

### **Kerangka Pemikiran**



**Gambar 2.1 - Kerangka Pemikiran**

Dalam penelitian ini yang dijadikan obyek penelitian adalah Radio Silaturahmi AM 720 disingkat dengan RASIL AM 720 menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivistis, karena dalam penelitian ini dianggap lebih sesuai, sebab penelitian ini bukan dalam rangka menjelaskan keterkaitan atau hubungan atau pengaruh antar variabel. Namun untuk menjawab pertanyaan penelitian seperti rumusan pertanyaan penelitian dengan proses berpikir formal dan argumentatif.

Penelitian studi kasus dimaksudkan sebagai penelitian empiris yang menyelidiki suatu fenomena (gejala) kontemporer (terkini) dalam kondisi senyatanya (*real-life*) di mana batas-batas antara fenomena dan konteks tersebut masih samar. Bentuk peneliti ini adalah penelitian studi kasus membahas secara mendalam tentang suatu aspek lingkungan sosial termasuk manusia di dalamnya. Adapun mendapatkan informan adalah sumber yang mengetahui seluk beluk pembahasan. Peneliti menggunakan teknik bola salju (*snowball sampling*).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan menggunakan teknik wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Teknik pengumpulan data terdapat dua yakni data primer dan data sekunder. Teknik analisis dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, berupa hasil wawancara, kuesioner, dokumen dan bahan-bahan tertulis lainnya, kedua, langkah berikutnya dilakukan reduksi data yang dilakukan dengan membuat rangkuman inti, proses dan pernyataan-pernyataan kunci (pokok) yang perlu dijaga agar tetap berada di dalamnya; ketiga, langkah selanjutnya adalah menyusun ke dalam satuan-satuan untuk dilakukan kategorisasi, keempat, melakukan pemeriksaan keabsahan data dengan teknik tertentu, kelima, menafsirkan data secara keseluruhan. Untuk teknik pemeriksaan dilakukan dengan cara uraian rinci, kecukupan *referensi* dan *auditing*. Untuk menguji keabsahan data penelitian, peneliti menggunakan teknik triangulasi data, yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data ini untuk keperluan pengecekan atau pembandingan terhadap data itu.

## **Membangun Jaringan dan Perluasan Rasil**

Perkembangan teknologi dunia radio telah memasuki tahapan yang sangat menggembirakan. Rasil dapat mengadopsi perkembangan yang ada, dari frekuensi AM yang menjangkau 180 km hingga memanfaatkan fasilitas radio internet atau radio streaming yang mampu memancarsiarikan gelombang radio hingga antar negara bahkan lintas benua.

Sesuai dengan karakteristik radio yang berbeda dengan media massa lainnya dan radio masih tetap menempati urutan ke lima (*the five of estate*) di tataran media komunikasi massa dan teknologi komunikasi terus berkembang dengan pesat, radio hingga kini dapat menyesuaikan keberadaan dengan kemajuan teknologi yang ada.

Rasil pun terus mengikuti trend yang ada, misal perkembangan teknologi internet dengan sukses Rasil dapat memperluas rentang jarak siaran. Dengan memanfaatkan media internet, kini siaran Rasil dapat diterima dengan baik di belahan dunia. Siaran Rasil dapat diakses di beberapa negara, misal Malaysia, Singapura, Hongkong, Taiwan, Jerman dan lain-lain.

## **Keterbukaan Manajemen Pengelolaan Rasil**

Keorganisasian pengelolaan radio komunitas harus ada dan berfungsi dengan baik sesuai dengan kewenangan dari individu yang ada di dalamnya. Secara umum keorganisasian radio komunitas tidak hanya sekedar terlihat bagan strukturnya tapi harus dijalankan dengan baik.

Prinsip dalam radio komunitas adalah keterbukaan kepada anggota komunitas itu sendiri, karena keberlangsungan radio komunitas dari, oleh dan untuk komunitas. Apapun aktivitas pengelola radio komunitas harus melibatkan partisipasi anggota. Eksistensi radio komunitas kekuatan terletak pada kepercayaan pengelola kepada komunitas. Keterbukaan ini sebagai modal dalam membangun kepercayaan kepada pendengar.

## **Manajemen Pengelolaan Rasil Berdasarkan Bidang Kegiatan**

Ketrampilan mengelola manajemen siaran akan menghasilkan mutu siaran yang baik. Manajemen pengelolaan sebuah stasiun ditentukan oleh banyak yang terlibat didalamnya, dari kualitas pengelola sumber daya manusia atau yang dikenal dengan nama kru, pemilik modal. Oleh karena itu pengelolaan manajemen mutlak diperlukan.

Radio Silaturahmi memiliki struktur manajemen bersiaran dengan kewenangan berdasarkan kapasitas dan tugas yang diembannya. Manajemen penyiaran dalam kapasitas jadwal siaran diatur sedemikian berdasarkan *rundown* yang disepakati dalam rapat bulanan atau mingguan.

Sehingga narasumber sudah mempunyai jadwal siar. Jika ada salah satu narasumber berhalangan, maka diputar siaran yang pernah diudarakan.

Tidak seperti stasiun radio lainnya lebih menekankan pada bagian penjualan atau mencari iklan komersial sebagai ujung tombak kelangsungan siaran. Manajemen Rasil lebih mengutamakan pada keredaksian isi siaran. Bagian perusahaan tidak terlalu diutamakan baik penjualan iklan atau kerjasama dalam menjual durasi siaran. Penguatan keredaksian Rasil merupakan pilar utama dalam memberikan arah kepada narasumber sebab Rasil sudah berkomitmen tidak memiliki porsi untuk iklan komersial.

### **Membangun Partisipasi Dalam Radio Komunitas**

Pengelola radio komunitas bukan sekedar hobi bahkan iseng-iseng atau sekedar ada bersiaran tapi harus memperhatikan berbagai masalah yang ada, dana, waktu, program, kru, peralatan siaran, promosi, manajemen, yang akan dihadapi nantinya. Untuk itu tidak banyak pengelola radio komunitas yang berumur panjang atau konsisten bersiaran secara terprogram dan terus menerus.

Untuk itu sejatinya dalam mengelola radio komunitas, harus membangun tingkat partisipasi pendengar agar radio komunitas dapat sebagai radio alternatif masa depan dalam memberikan ruang kepada masyarakat yang menginginkan mendapatkan informasi untuk, dari dan dari komunitas sendiri.

### **Partisipasi Narasumber Untuk Mengisi Program Siaran**

Asas utama keberadaan radio komunitas adalah munculnya partisipasi dari masyarakat yang merasa membutuhkan adanya saluran informasi untuk kepentingan komunitas itu sendiri. Partisipasi merupakan keterlibatan seseorang secara sadar ke dalam interaksi sosial dalam situasi tertentu, sehingga orang tersebut dapat menemukan dirinya dengan atau dalam kelompok melalui berbagai proses berbagi dengan orang lain dalam hal nilai, tradisi, perasaan, kesetiaan, kepatuhan dan tanggungjawab bersama.

Partisipasi merupakan keikutsertaan masyarakat dalam proses pengidentifikasian masalah dan potensi yang ada di masyarakat, pemilihan dan pengambilan keputusan tentang alternatif solusi untuk menangani masalah, pelaksanaan upaya mengatasi masalah dan keterlibatan masyarakat dalam proses mengevaluasi perubahan yang terjadi.

Dalam membangun partisipasi pendengar radio komunitas sangat berbeda dengan radio swasta/komersial. Radio komersial sangat melihat kecenderungan masyarakat, keinginan pengiklan sangat dituruti sebab menyangkut masalah rating. Sementara radio komunitas iklan tidak dijadikan patokan utama atau sumber keuangan dalam bersiaran, justru

anggota komunitas itu sendiri yang memiliki andil besar terhadap jalannya roda penyiaran. Radio komunitas tidak boleh mengikuti pola siaran radio komersial atau mengikuti trend yang ada. Sebaliknya radio komunitas harus melakukan pendekatan secara kontinyu dan strategis dalam mengajak komunitas.

Untuk itu radio komunitas harus menangkap kebutuhan dan kepentingan komunitas itu sendiri. Dengan dibukanya saluran interaksi antara pengelola radio komunitas dengan komunitasnya, maka akan terjalin saling membutuhkan. Jika masyarakat komunitas merasa telah diwakili apa yang diinginkan, maka dengan sendirinya akan memperkuat keberadaan radio komunitas itu sendiri. Nantinya akan terbangun loyalitas pendengar untuk terus memberikan kontribusi yang lebih besar lagi.

Aspek lainnya yang patut diperhatikan adalah penguatan kelembagaan, karena pada beberapa penelitian tentang radio komunitas banyak kelemahan yang terjadi pada radio komunitas, antara lain tidak adanya perangkat hukum berupa izin bersiaran, laporan keuangan, pengelolaan secara profesional, program acara yang berpihak kepada komunitas. Seakan radio komunitas dikelola asal bersiaran semata, tanpa mengindahkan perangkat-perangkat pengelola radio yang umumnya.

Radio komunitas berbeda dengan radio komersial yang ada, untuk itu harus pula memiliki keunikan tersendiri. Tidak mungkin semua persoalan masyarakat dapat ditampung. Untuk itu harus disepakati seperti apa ciri khas radio komunitas, sehingga nantinya akan lebih tersegmentasi kebutuhan apa yang harus dikedepankan dalam komunitas tersebut. Untuk itu harus dilihat di mana radio komunitas berada (pegunungan, nelayan, kehutanan, perkebunan, pertanian, hobi, profesi, keagamaan, sosial, budaya dll). Semakin spesifik maka semakin baik, sebab tidak mungkin masyarakat komunitas nelayan akan mendengarkan program acara mengenai perkebunan, tidak ada keterkaitan yang kuat di dalamnya.

Dalam perkembangan berikutnya tempat pengajian di sekitar masjid Silaturahmi dilekatkan dengan nama stasiun radio itu sendiri dengan nama Radio Silaturahmi atau disingkat Rasil. Tentunya pemilihan dakwah melalui media radio memiliki banyak konsekuensi, di mana program acara harus senantiasa mengudara, sementara pengalaman mengelola radio belum ada ditambah lagi siapa yang akan mengisi program keagamaan, apakah ada narasumber yang tidak dibayar mau secara rutin mengisi di Rasil. Namun dengan keyakinan penuh, tanpa harus mundur ke belakang tidak ada kata menyerah, siaran awal radio Silaturahmi hanya berisi pembacaan ayat suci Al Qur'an atau dikenal dengan murottal yang diambil dari kepingan CD tanpa adanya penyiar yang bersuara (siaran) melalui ruang studio. Memang prediksi pengelola Rasil tidak meleset melihat perkembangan radio ini. Saat ini memiliki jumlah pendengar cukup fantastis sekitar tiga juta pendengar. Rasil terus mengembangkan jaringan di

beberapa kota di Indonesia, antara lain di Sukabumi, Batam dan Semarang.

Jika dilihat dari latar belakang pendidikan dan alumni para narasumber pengisi acara di Rasil berasal dari perguruan tinggi baik tamatan luar negeri (Malaysia, Pakistan, Jepang, Mesir, Maroko, Swedia) dan dalam negeri (pesantren, perguruan tinggi di Indonesia) serta berbagai profesi (dokter, psikologi, insinyur, MBA, pengusaha, motivator, dll) bergabung di dalamnya. Sehingga wawasan dan materi ceramah lebih bervariasi dan berwarna dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat. Di sinilah letak kekuatan Rasil, tidak dari hanya dari aliran, mazhab, golongan dan organisasi tertentu saja. Dengan beragamannya berbagai sudut pandang keilmuan memberikan nuansa perbedaan dengan radio dakwah lainnya.

Sehingga saat ini Rasil tidak kesulitan dengan narasumber yang ingin menyumbangkan ilmu. Dalam membuat program acara Rasil tidak melulu bermuatan nilai agama tetapi mengemas program yang memang dibutuhkan oleh pendengar. Berbagai latar belakang pendidikan dan keilmuan disarankan, sehingga program pun dirancang dengan variasi. Demikian pula narasumber tidak hanya diisi oleh ilmu keagamaan khususnya, justru dari mereka yang berlatarbelakang bukan non keagamaan.

Program yang disiarkan dari berbagai masukan pendengar yang kemudian diolah, sehingga memang sangat beragam program acaranya. Usulan pendengar yang banyak ini yang menjadikan Rasil lebih kaya dengan format siaran. Karena pendengar ingin mendengar "lebih" dari siaran radio yang ada.

### **Partisipasi Pendengar Dalam Siaran Rasil**

Pada awal bersiaran Rasil tidak memiliki penyiar atau program siaran yang dijadikan ikon, seperti radio komersial pada umumnya. Sementara semangat untuk berdakwah melalui radio sangat menggebu-gebu. Di sisi lain banyak radio yang berlabel radio dakwah tapi tidak memberikan porsi dakwah yang dominan, baik dalam kualitas atau kuantitas program siaran, narasumber dan cenderung dijejali dengan iklan komersial yang tidak sesuai dengan misi dan visi radio dakwah itu sendiri.

Dengan melihat kondisi yang ada dan relatif minim untuk dikatakan sebagai sebuah stasiun radio dakwah, maka Rasil melakukan uji coba bersiaran hanya dengan memutar ayat-ayat suci Al Qur'an atau dikenal dengan bacaan murottal selama 24 jam non stop selama hampir satu tahun. Selama setahun itu pengelola terus berusaha mencari orang-orang yang mumpuni dalam dunia penyiaran radio.

### **Membangun Infrastruktur Dalam Meningkatkan Mutu Siaran**

Bisa dibayangkan bagaimana bosannya pendengar ketika siaran radio dengan materi yang menarik namun mutu suaranya tidak dapat diterima dengan jelas dan jernih. Persoalan ini disebabkan karena infrastruktur, software dan hardware radio tidak memenuhi standar penyiaran. Mulai dari peralatan di dalam studio, perangkat komputer hingga media perantara yaitu antena atau jaringan dan perangkat-perangkat siaran lainnya.

Meskipun radio komunitas dikelola oleh komunitas terbatas tetapi tetap mutu suara harus diutamakan. Hal ini perlu ditekankan karena memang kekuatan radio hanya dari aspek *audio* (pendengaran) sebagai ciri khas utama. Peralatan perangkat siaran harus memenuhi standarisasi mutu, karena menyangkut penerimaan dan kenyamanan di telinga pendengar. Radio merupakan *the theater of mind* yakni hanya kekuatan dan mutu suara enak dan jernih untuk menjadi handalan dari eksistensi radio. Sebaik apapun penyiar atau pembawa acara tetap mutu suara menjadi unsur yang prima.

Dalam penyediaan infrastruktur tentunya tetap mengkedepankan keinginan komunitas sesuai dengan ikon radio komunitas untuk, dari dan oleh komunitas. Sehingga berapapun biaya dan kecanggihan infrastruktur tetap harus dirembuk bersama-sama.

### **Bersinergi Dengan Teknologi Internet Dalam Meluaskan Rentang Siaran**

Radio streaming memancarkan suara tidak lagi menggunakan transmisi dari sinyal radio melalui frekuensi tetapi menggunakan data audio yang dikirim menggunakan jalur internet. Hanya ketika mendengarkan radio streaming/online harus menggunakan perangkat elektronik yang terhubung ke internet, seperti komputer dan laptop yang sudah dilengkapi dengan peralatan multimedia.

Dalam penelitian ditemukan bahwa radio komunitas yang menggandeng teknologi internet lebih dapat diterima oleh pendengar karena kualitas suara lebih baik lagi. Radio komunitas yang terbatas rentang jarak dengar dapat memanfaatkan sarana internet sehingga lebih jangkauan pendengar. Dengan demikian radio komunitas berbasis streaming akan memberikan dampak penambahan pendengar dari berbagai manca negara, tentunya menambah jumlah pendengarnya.

Pemanfaatan sarana internet yang dihubungkan dengan radio saat ini sudah sangat banyak karena internet sudah menjadi kebutuhan utama masyarakat. Menurut data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika RI (Kemkominfo RI), pengguna internet di Indonesia hingga saat ini telah mencapai 82 juta orang di triwulan pertama tahun 2014. Dengan capaian tersebut, Indonesia berada pada peringkat ke-8 di dunia. Jumlah tersebut mengalami kenaikan dari tahun 2013 yang mencapai angka 71,19 juta



orang, dan tahun 2012 berjumlah 63 juta orang. Dari jumlah pengguna internet tersebut, 80 persen di antaranya adalah remaja berusia 15-19 tahun. Artinya, setiap tahunnya pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan yang signifikan. Penetrasi peningkatan pengguna internet di Indonesia mencapai 28 persen. (<http://kominfo.go.id>)

Untuk perkembangan jumlah pengguna internet dalam lima tahun terakhir, posisi teratas dipenuhi oleh negara-negara berkembang. Filipina merupakan negara yang jumlah pengguna internetnya berkembang pesat yaitu 531 persen. Peringkat kedua adalah Indonesia dengan tingkat perkembangan 430 persen, kemudian diikuti oleh Afrika Selatan dan India. (<http://id.techinasia.com>)

Pemanfaatan sarana internet untuk pengelola radio komunitas dapat menyapa pendengar di belahan dunia lain. Sehingga keterbatasan rentang jangkauan radio komunitas ditentukan oleh peraturan yang ada dapat diterobos menjadi lebih jauh lagi daya pancarnya. Ini merupakan terobosan yang harus disambut oleh pengelola radio komunitas.

Temuan peneliti dilapangan radio komunitas yang memanfaatkan media internet ternyata memiliki jumlah pendengar lebih banyak yang berasal dari berbagai wilayah. Sebab memiliki nilai plus dibandingkan radio komunitas yang tidak menggunakan fasilitas internet. Di sinilah tantangan bagi pengelola radio komunitas untuk memberikan yang terbaik bagi pendengar. Di sisi lain pemanfaatan internet sangat mudah dan dapat dikatakan tidak menjadi beban keuangan yang besar bagi pengelola radio komunitas.

Dalam perjalanan dewasa ini radio komunitas masih diterima di masyarakat sebagai media komunikasi yang dapat melayani kepentingan masyarakat Indonesia di tingkat komunitas. Sebagai radio komunitas yang berbasis komunitas dijadikan sebagai media komunikasi masyarakat yang utama dalam melayani komunitasnya sendiri.

### **Membangun Radio Komunitas Berbasis Partisipasi Masyarakat**

Perbedaan mendasar radio komunitas dibandingkan dengan radio lainnya adalah radio komunitas berbasis komunitas masyarakat yang memiliki kepekaan yang sama. Kehadiran radio komunitas disebabkan masyarakat tidak mendapat terpaan informasi yang diperlukan. Terlebih lagi ketika arus reformasi belum terjadi di mana regim orde baru mengekang kebebasan berekspresi.

Eksistensi radio komunitas di Indonesia merupakan perkembangan terpenting dari revolusi radio yang bervisi demokrasi pasca runtuhnya rezim Soeharto. Radio komunitas hadir sebagai alternatif penyiaran yang lebih populis dan jauh dari manipulasi siaran oleh pengelola. Hal ini terjadi

karena memang radio komunitas pada dasarnya didirikan oleh dan untuk komunitas tertentu, tidak bersifat komersial dan muatannya sebagian besar tentang dinamika dan kebutuhan masyarakat.

Radio komunitas tak hanya sekedar sebagai tumpuan informasi bagi komunitasnya untuk mendapatkan informasi dan hiburan semata tetapi juga untuk menggelorakan partisipasi warga komunitasnya dalam memberikan nilai positif pada pembangunan suatu daerah dalam komunitas.

Radio komunitas merupakan milik masyarakat setempat yang lahir dari rahim masyarakat itu sendiri dengan adanya media radio maka berbagai hal dapat disiarkan kepada khalayak luas dengan materi siaran berpangkal dari kondisi lokal yang dikelola secara gotong royong sesama warga.

Demikian dalam masalah keuangan ditanggulangi dengan swadana yang bersumber dari masyarakat itu sendiri kalau pun ada bantuan dari berbagai pihak harus tidak mempengaruhi isi siaran. Tidak ada yang individu yang dominan atau menguasai dalam pengelola radio komunitas. Semakin banyak warga aktif di dalam komunitas tersebut akan memberikan efek yang besar. Warga komunitas mempunyai kebebasan dalam hal berpendapat, berekspresi, memberikan saran dan gagasan terhadap persoalan yang ada yang nuansanya pasti berbeda dengan radio komersial atau publik, sehingga memiliki keragaman yang berbeda.

Peran penting radio komunitas dapat dirasakan warga saat terjadi bencana Merapi, di mana masyarakat sangat berpartisipasi aktif menyiarkan perkembangan kondisi Gunung Merapi kepada masyarakat melalui Radio Komunitas Lintas Merapi. Radio Komunitas Lintas Merapi merupakan bentuk usaha secara mandiri dan bergotong royong agar masyarakat terhindar dari bahaya Merapi. Hal ini memberikan bukti bahwa masyarakat dapat mengatasi permasalahan yang ada melalui informasi yang dihimpun oleh warganya sendiri melalui radio komunitas. Tidak perlu bergantung pada pemerintah atau institusi lain dalam memecahkan masalah.

Partisipasi yang tinggi warga melalui Radio Komunitas Lintas Merapi tentang informasi tanggap bencana memberikan kontribusi besar pada kehidupan warga lereng Merapi. Melalui berita yang disiarkan oleh radio komunitas masyarakat Sidorejo dan sekitarnya dapat mengantisipasi sebelum terjadi bencana yang lebih besar lagi.

Peran radio komunitas tidak hanya mampu memberikan informasi yang cepat dalam kondisi musibah namun eksistensi radio komunitas dapat menjawab persoalan aktual di tengah masyarakat. Di Yogya misalnya, radio komunitas Angkringan dapat mendewasakan warganya dalam melihat kondisi nyata yang ada di dalam struktur masyarakat, sehingga warga

menjadi terbuka dengan berbagai informasi yang berkembang. Perubahan sosial kemasyarakatan dapat pula terjadi, masyarakat berani melawan kebijakan lokal yang merugikan masyarakat desa.

### **Program Siaran Berbasis Kebutuhan Komunitas**

Kehadiran media komunitas seperti radio merupakan jawaban atas kebutuhan informasi yang bersifat spesifik dan lokalitas mengenai suatu komunitas. Hal ini terkait dengan besarnya wilayah Indonesia dimana setiap wilayah mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda dalam ragam informasi, budaya, seni dan lainnya. Warga mempunyai kebutuhan informasi yang tidak sama antara satu wilayah dengan wilayah lainnya.

Hal-hal yang bersifat spesifik dan lokal seperti inilah yang tidak mampu diakomodasi oleh radio swasta dan pemerintah, oleh karena itu kehadiran radio komunitas merupakan jawaban mengatasi kegelisahan ini. Radio komunitas hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam komunitasnya. Lokalitas merupakan acuan bagi pengelola radio komunitas membuat isi program siaran. Komunitas mendapatkan informasi, edukasi dan hiburan sesuai dengan apa yang mereka butuhkan. Keuntungan lainnya adalah masyarakat sebagai bagian dari radio komunitas mempunyai akses dan dapat berpartisipasi secara bebas.

Radio komunitas merupakan salah satu bentuk radio yang dibuat untuk melayani masyarakat, juga radio ini memberi ekspresi dan partisipasi serta menghargai budaya lokal. Tujuannya memberi suara pada mereka yang tak bersuara, kelompok marjinal dan komunitas yang jauh dari pusat kota dimana populasinya terlalu kecil untuk menarik radio komersial atau stasiun radio skala besar. Harapan dengan adanya radio komunitas adalah memberi ruang bagi seluruh warga komunitas menyuarakan pendapatnya sehingga tercipta beragam pendapat.

Karakteristik radio komunitas dicirikan oleh kepemilikan dan penyusunan program serta komunitas yang menjadi kewenangan pelayanannya. Radio komunitas dimiliki dan dikontrol oleh sebuah organisasi nirlaba di mana dilakukan oleh seluruh anggota komunitas. Penyusunan program harus didasarkan pada akses komunitas dan partisipasi serta harus mencerminkan kepentingan khusus dan kebutuhan untuk melayani pendengar sebagaimana izin yang diperolehnya.

### **Pengelolaan Materi Siaran Yang Variatif Sesuai Komunitas**

Radio komunitas lahir dari keinginan besar masyarakat. Untuk itu semua program siaran harus ditujukan kepada kepentingan masyarakat komunitas. Persoalan sosial kemasyarakatan dapat dijumpai dalam radio komunitas. Banyak kasus sosial kemasyarakatan selesai dengan pendekatan partisipasi. Di sisi tidak ada pihak yang tidak sejalan dengan kepentingan masyarakat termasuk di dalamnya dalam masalah

keuangan di mana letak hidup dan matinya radio komunitas. Tidak boleh ada pihak-pihak yang saling mempengaruhi dan mempunyai kepentingan yang berbeda. Program radio komunitas merupakan program masyarakat secara keseluruhan.

Saat ini radio komunitas masih dipercaya sebagai medium komunikasi yang paling andal melayani kepentingan masyarakat Indonesia di tingkat komunitas. Radio komunitas yang dimiliki, dikelola, diperuntukkan, diinisiatifkan dan didirikan oleh sebuah komunitas sehingga sering disebut sebagai radio sosial, radio pendidikan, atau radio alternatif. Dengan demikian, radio komunitas dapat dijadikan sebagai wahana komunikasi milik masyarakat yang potensial untuk melayani kepentingan komunitasnya sendiri.

### **Memperkuat Sistem Pengelolaan Radio Komunitas**

Sistem pengelolaan radio komunitas sangat berbeda dengan radio lainnya misal berkait dengan kepemilikan, pengelola dan pendengar. Baik pengelola dan pendengar mendapat porsi yang sama atau seimbang, kepemilikan radio komunitas bukan milik perseorangan sebab munculnya radio komunitas karena radio *mainstream* yang ada tidak dapat menyerap aspirasi suara publik.

Radio komunitas dapat menjadi radio alternatif masyarakat karena memiliki keharusan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam mengekspresikan pendapat dan kepentingan bersama di dalam komunitas. Semua bentuk siaran yang diudarkan diharapkan kepada warga komunitas mampu menyentuh dan menjawab kebutuhan rakyat sesuai konteks lokalnya atau kepentingannya. Sebab selama ini siaran radio yang ada, baik publik atau komersial tidak dapat menjangkau pendengar yang ada. Banyak masyarakat yang belum atau tidak terkena terpaan media massa umum, misal di tempat-tempat terpencil, di wilayah pedesaan, pulau-pulau terpencil dan wilayah yang jauh dari siaran televisi atau radio tidak dapat menikmati media massa sebagaimana di tempat-tempat strategis lainnya. Sehingga dapat dikatakan radio komunitas dapat menjadi media komunikasi strategis dalam menyatukan wilayah Indonesia yang luas dan tersebar.

Seperti yang telah dikemukakan di atas, bahwa radio komunitas dibangun oleh swadana dan swakelola komunitas yang memiliki kepentingan dan keinginan bersama. Kekuatan radio komunitas harus mampu memberikan perubahan bagi warga masyarakat, misal di Bolivia (Amerika Latin) di mana radio komunitas lahir. Perubahan persepsi masyarakat dapat dilihat pada tahun 1947 di mana siaran radio komunitas saat itu hanya dapat didengar oleh para buruh tambang dalam menyiarkan isu-isu kemiskinan yang kemudian menjalar ke Kolombia dan meluas

keberbagai negara lainnya di Asia dan Afrika memberikan kekuatan untuk berubah.

Radio komunitas harus mampu memenuhi tuntutan pendengar di dalam komunitas tersebut dengan berbagai program siaran yang memenuhi keinginan komunitas. Untuk itu harus terjadi dialog antara pengelola dan pendengar, di mana radio komunitas sebagai jembatan kepentingan komunitas. Di sini letak kekuatan radio komunitas yakni bagaimana partisipasi pendengar diajak dalam melihat dan menjawab problematika komunitas. Tidak ada obyek atau subyek, semua pihak memiliki kedudukan yang sederajat, saling memberi dan menerima. Dengan kesejajaran ini memberi ruang untuk terciptanya dialog yang nantinya akan tergali solusi yang menguntungkan kedua belah pihak.

Demikian pula guna membentuk komunitas agar loyal dengan siaran radio komunitas, program acara harus dirancang dan disesuaikan dengan karakter dan kondisi komunitas yang akan dijadikan target pendengar. Program siaran harus memperhatikan visi, misi, target, format, isi siaran, gaya siaran dan bahasa siaran serta jadwal pekerjaan dari komunitas tersebut.

Tanpa memperhatikan kondisi komunitas yang bersangkutan, maka program siaran yang sudah dirancang akan sia-sia, artinya tidak ada yang mendengarkannya, sementara radio komunitas yang mengusung slogan “dari, oleh dan untuk” komunitas tidak akan tercapai sesuai rencana awal.

Selain itu, semua program siaran mutlak disinkronkan dengan kebutuhan, keinginan komunitas, misal jenis musik daerah tertentu (campur sari, kroncong, dangdut, lenong, ludruk dll), jenis usia, waktu bekerja, kebiasaan masyarakat yang semua menyangkut dari tradisi dan budaya yang telah mengakar di dalam geliat komunitas itu sendiri.

### **Profesional Dalam Pengelolaan Radio Komunitas**

Dalam penelitian yang dilakukan ditemukan bahwa keberlangsungan radio komunitas terletak bagaimana mengelola secara profesional. Walaupun radio komunitas hanya untuk kebutuhan komunitas dan tidak tergantung pada iklan semua digerakkan secara swadana dan swakelola, namun tetap tuntutan profesional menjadi bagian penting untuk keseluruhan proses bersiaran.

Profesional merupakan kata kunci dalam segala aktivitas apapun, baik dunia bisnis, media massa, atau bidang lainnya. Demikian pula pengelolaan radio komunitas yang berangkat dari kesadaran komunitas untuk mendapatkan informasi yang diperlukan patut dikelola secara professional. Tuntutan untuk profesional bukan sekedar slogan semata namun mutlak dijadikan ukuran keberhasilan dalam pengelolaan radio komunitas.

Tentunya radio komunitas harus dikelola oleh komunitas itu sendiri bukan hanya mengudara tetapi harus pula memperhatikan bahwa, program siaran memaparkan semua ide baik yang radikal, tradisional maupun pro kemapanan dengan mengembangkan sikap peduli sebagai anggota masyarakat majemuk.

Sejalan dengan perkembangan teknologi, peran media massa khususnya radio dapat mengikuti kondisi ilmu pengetahuan yang terus berjalan dengan cepat. Radio sebagai pembawa informasi sesuai dengan karakteristik yang dimiliki yakni segera dan cepat dalam meliput dan menyebarkan peristiwa juga aktual dan faktual dengan rentang jarak yang jauh.

Perubahan dalam dunia teknologi saat ini yang dikenal internet justru memberi berkah dan pengaruh yang kuat terhadap eksistensi radio itu sendiri. Teknologi internet memungkinkan untuk mengatasi hambatan-hambatan geografis, cuaca maupun waktu. Apalagi dengan perkembangan teknologi satelit semakin membuat penyebaran siaran radio menjadi lebih mudah. Kehandalan radio sebagai media yang sederhana, murah dan mudah dibandingkan dengan media massa televisi misalnya.

Tidak mengherankan radio komunitas muncul di mana-mana. Hal ini disebabkan kehadiran radio komunitas bukan keinginan dari pemilik modal kuat untuk menguasai ceruk informasi melainkan datang atas inisiatif warga yang ingin memberikan warna baru dalam bermedia. Secara tidak langsung akan memberikan iklim demokratisasi dalam bermedia.

Radio komunitas berguna untuk menjangkau masyarakat hingga ke pelosok negeri yang selama ini terisolir dari informasi. Demikian pula masyarakat yang tersebar dan terpinggirkan mempunyai wadah untuk menyampaikan aspirasi serta berperanserta dalam pembangunan. Nantinya akan muncul masyarakat yang kritis dan partisipatif dalam keberlangsungan hidup komunitasnya. Misal mulai berani mengajukan tuntutan, keinginan, kritis dalam melihat berbagai aspek pembangunan yang mana selama ini selalu dibungkam dengan ketakutan.

Ketidakpuasan masyarakat tercetus karena selama ini radio swasta hanya memberikan ruang kepada sektor komersial, di sisi lain persoalan sosial kemasyarakatan, budaya, tradisi tidak dapat terpenuhi dengan baik. Oleh karena itu diharapkan radio alternatif dalam hal ini radio yang lahir dari keinginan dan kesadaran komunitas masyarakat yang dapat menyuarakan nilai-nilai luhur dalam masyarakat hadir.

## **Penutup**

Dalam pengelolaan radio komunitas aspek profesional mutlak diperlukan sebagai tuntutan untuk terus bersiaran agar dapat memperluas jumlah pendengar serta untuk mengelola manajemen radio yang bermutu.

Dengan menjunjung tinggi tingkat profesional akan memberikan peningkatan mutu dan loyalitas pendengar akan terpelihara dan langgeng.

Radio komunitas dapat bertahan dengan memperbesar jumlah partisipasi pendengar, karena radio komunitas lahir dan tumbuh dari keinginan komunitas itu sendiri. Partisipasi ini bukan semata sebagai pendengar namun memberikan kontribusi aktif berupa donatur, pemikiran, evaluasi dan pemantauan terhadap keberlangsungan siaran radio.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Abe, Alexander. *Perencanaan Daerah Partisipatif*. Solo: Penerbit Pondok Edukasi, 2002.
- Ach, Wazir Ws., et al., ed. *Panduan Penguatan Manajemen Lembaga Swadaya Masyarakat*. Jakarta: Sekretariat Bina Desa, 1999.
- Ardianto, Elvinaro dan Erdinaya, Lukiati Komala. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Semiotika Rekatama Media, 2005.
- dan Anees, Bambang Q. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2009.
- Arifin, Anwar. *Sistem Komunikasi Indonesia*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011.
- Astuti, Indra Santi. *Jurnalisme Radio: Teori dan Praktek*. Bandung: Simbiosis Media Tama, 2009.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana, 2007.
- Maryani, Eni. *Media dan Perubahan Sosial Suara Perlawanan Melalui Radio Komunitas*, Bandung: Rosdakarya, 2011.
- Hamid, Farid Budianto. *Buku Bimbingan Pedoman dan Prosedur Penyusunan Tesis*. Universitas Mercu Buana. Jakarta, 2011.
- Isbandi, Rukminto Adi. *Perencanaan Partisipatoris Berbasis Aset Komunitas: dari Pemikiran Menuju Penerapan*. Depok: FISIP UI Press, 2007.
- Kansong, Usman. *Ekonomi Media*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009.
- Keraf, A Sonny. *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*. Jakarta: Kanisius, 1997.
- Masduki. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Jogyakarta: Pustaka Populer LkiS, 2004.

- Mikkelsen, Britha. *Metode Penelitian Partisipatoris dan Upaya-upaya Pemberdayaan: Sebuah Buku Pegangan bagi Para Praktisi Lapangan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1999.
- Moeljono, Djokosantoso. *Budaya Korporat dan Keunggulan Korporasi*. Jakarta: Gramedia, 2004.
- Moleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000.
- Muhajir, Noeng. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarakin, 2000.
- Rachmiate, Atiek. *Radio Komunitas Eskalasi Demokratisasi Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007.
- Riswandl. *Dasar-dasar Penyiaran*. Jakarta: Graha Ilmu dan Universitas Mercu Buana, Jakarta, 2007.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Sutopo, HB. *Metodologi Penelitian Kualitatif : Dasar Teori dan Terapannya Dalam Penelitian*. Surakarta: UNS Press, 2006.
- Uchyana, Effendy Onong. *Regulasi Penyiaran dari Otoriter ke Liberal*. Yogyakarta: LkiS, 2007.

### **Jurnal Ilmiah**

- Hakam, Ulil. "Konvergensi Media Dalam Radio Komunitas (Studi Pada Radio Komunitas Angkringan di Timbulharjo, Sewon, Bantul)" Volume 13. No. 1 Juni 2011.
- Hadi, Agus Purbathin. "Radio Komunitas Sebagai Media Penyiaran Alternatif Untuk Pemberdayaan Masyarakat Perdesaan", Fakultas Pertanian Universitas Mataram, Tanpa tahun.
- Jurriens, Edwin. "Radio Komunitas di Indonesia: "New Brechtian Theatre" di Era Reformasi" School of Asian, African and Amerindian Studies. Leiden University, Antropologi Indonesia, 2003.
- Muktaf, Zein Muffaih. *Peran Radio Komunitas Dalam Membangun Demokratisasi Partisipatoris di Tingkat Masyarakat Desa*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2008.
- Birowo, Mario Antonius. *Melawan Hegemoni Media dengan Strategi Komunikasi Berpusat pada Masyarakat*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 1 Nomor 1 Juni Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta. 2004.



----- . *Revitalisasi Komunikasi Partisipatif : Suatu Keharusan*. Jurnal Komunikasi Vol 2. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta. 2004.

Masduki. *Perkembangan dan Problematika Radio Komunitas di Indonesia*, Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 1 Nomor 1 Juni 2004. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Tripambudi, Sigit. *Radio Komunitas Sebagai Media Alternatif untuk Pemberdayaan Masyarakat*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 9 Nomor 1 September 2011.

### **Internet**

Ch, Dede Lilis dan Nova Yulianti. "Mengusung Radio Komunitas Sebagai Basis Kearifan Lokal", diakses 15 Agustus 2013 dari <http://komunikasi.unsoed.ac.id>

diakses 15 Januari 2012 dari <http://en.wikipedia.org/wiki/radio>

diakses 15 Desember 2012 dari <http://industri.kontan.co.id/news/belanja-iklan-tahun-ini-bisa-naik-rp-90-triliun>

diakses 15 Desember 2012 dari [www.aliansiradioislam.com/new/wilayahjabodetabek](http://www.aliansiradioislam.com/new/wilayahjabodetabek)

diakses 30 Agustus 2013 dari <http://kbbi.web.id>

diakses 30 Agustus 2013 dari <http://www.businessdictionary.com>

### **Dokumen**

Brosur Radio Silaturahmi

Undang-Undang Penyiaran No. 32 tahun 2002 (UU 32/2002)