

## **RADIO KOMUNITAS : MEMBANGUN ERA BARU DALAM DEMOKRATISASI MEDIA SIARAN**

Ade Fadli Fachrul<sup>1</sup>

**Abstract: *Community Radio: Building a New Era in Broadcast Media Democratization.*** Community radio is a form of public participation in carrying the democratic values in the realm of information, particularly information democracy, also known as the democratization of media. To achieve such ideals, however, media is controlled by the media capitalists are not allowed the other in the world of information. Here the role and function of community radio is required to play a strategy for achieving a democratic atmosphere of media. However broadly and heavy constraints are still lied, despite such beautiful dream is still opened. There is a hope in front of us towards a common goal to build alternative media.

**Keywords:** community radio, the democratization of media, alternative media

**Abstrak: *Radio Komunitas : Membangun Era Baru dalam Demokratisasi Media Siaran.*** Radio komunitas merupakan bentuk dari partisipasi masyarakat dalam mengusung nilai-nilai demokrasi dalam ranah informasi, khususnya demokrasi informasi atau yang dikenal sebagai demokratisasi bermedia. Namun cita-cita ke arah itu tidak semudah yang dibayangkan. Media mainstream yang dikuasai oleh kapitalis media seolah tidak rela terdapat kompetitor dalam dunia informasi. Di sinilah peran dan fungsi radio komunitas dituntut untuk memainkan strategi dalam mewujudkan suasana demokratis bermedia. Namun kendala masih terbentang luas dan berat, kendati keinginan dan mimpi indah masih terbuka, ada secercah asa di pelupuk mata menuju cita-cita bersama membangun media alternatif.

**Kata kunci:** radio komunitas, demokratisasi bermedia, media alternatif

---

<sup>1</sup> Dosen Komunikasi Universitas Bina Nusantara (UBINUS) Jakarta

## Pendahuluan

Sejak arus reformasi menggeliat dengan tumbanganya rezim otoritarian Orde Baru sebagai titik klimaks gerakan mahasiswa Mei 1998 memberikan perubahan positif – walaupun kadang negatif bagi segenap masyarakat Indonesia. Kondisi sosial, budaya, politik dan ekonomi serta informasi pasca rezim Orde Baru ke Era Reformasi memberikan pengaruh yang signifikansi bagi aktivitas masyarakat dalam suasana euforia bermedia.

Gelombang euforia pun berimbas pada sektor informasi dan komunikasi. Ketika era Orde Baru semua persoalan dan solusi hanya dari satu episentrum yakni berpusat pada pemerintahan. Rakyat seakan tidak difungsikan sebagai salah satu elemen yang patut didengar pula eksistensinya. Rakyat hanya sebagai penonton pasif dan hanya dijadikan obyek.

Euforia yang tampak jelas terjadi dalam sektor informasi dan komunikasi. Kini tidak ada satu peristiwa yang tidak lepas dari bidikan media massa. Informasi yang tadinya tabu menjadi demikian transparan, terang benderang, tidak dapat informasi ditutup-tutupi lagi. Ini merupakan sebuah berkah tersendiri bagi penggiat media. Media massa dapat membeberkan apapun peristiwa yang terjadi, dari tingkat yang tertinggi yakni kiprah seorang presiden hingga persoalan rakyat jelata, dari fakta hingga rekayasa. Simbol-simbol kenegaraan hingga nama baik seseorang yang tadinya dianggap sakral dan suci tidak dapat disentuh, kini dapat diinjak-injak dan diumpat sesuai selera rakyat. Bahkan media dapat mempidanakan seseorang walaupun belum terbukti salah secara hukum. Pengadilan media dapat menjebloskan individu ke penjara, minimal sanksi sosial telah didapati.

Demikian juga kekesalan atau ketidakpuasan masyarakat dapat dimanifestasikan dalam aksi demonstrasi yang nanti diharapkan mendapat liputan oleh media. Terdapat hubungan simbiosis mutualisme – saling menguntungkan – aksi masyarakat dapat atau ingin ditayangkan media, media diuntungkan dengan aksi tersebut.

Dalam arus putaran media massa cetak (koran, tabloid, buku) dan media massa elektronik (radio, televisi, internet) dapat dengan mudah dan ringan membuka berbagai peristiwa seakan tanpa takut dengan persoalan pembredelan atau sanksi hukum yang akan menjerat. Media massa televisi - Televisi Republik Indonesia (TVRI)- yang semula hanya dimonopoli negara kini muncul puluhan bahkan ratusan televisi swasta komersial dan televisi komunitas tertentu, pun radio saat ini tidak saja dikuasai oleh RRI – Radio Republik Indonesia - di mana sebelumnya radio swasta komersial wajib merelay pemberitaan dari RRI karena tidak diperkenankan membuat format berita sendiri yang berbeda dengan rasa dan selera penguasa, kini bak cendawan di musim hujan lahir ribuan radio baik radio swasta

komersial maupun radio komunitas dengan mudah dan cepat menyiarkan apapun kondisi sosial dan politik di masyarakat. Bahkan aktif membuat berbagai acara *talk show* tertentu yang membahas topik hangat dan mengangkat isu-isu sensitif dan *hot*, yang tadinya sangat dilarang dan dikhawatirkan oleh para penggiat media.

Gelombang keterbukaan informasi dengan munculnya berbagai media massa memberikan kesadaran baru masyarakat dalam mendapatkan informasi yang beragam. Ini akan memberikan pengaruh dan mempercepat proses demokratisasi dalam bermedia. Sumbatan-sumbatan informasi dapat terbuka lebar bak udara segar yang mengalir masuk ke dalam rongga tubuh manusia memberikan aura yang menenangkan jiwa.

Dalam tulisan ini akan disoroti bagaimana peran radio komunitas dalam mempercepat arus demokratisasi bermedia, karena pertumbuhan radio komunitas saat ini berkembang pesat sejak terbukanya kebebasan media walaupun terdapat banyak kendala dalam membangun profesionalitas di dalamnya.

### **Keberadaan Radio dan Karakteristiknya**

Kendati telah lahir berbagai jenis media massa baru atau yang dikenal *new media* atau *social media* (misalnya: youtube, twitter, blog) serta berbagai jenis turunannya, radio sebagai media massa elektronik masih mampu mengimbangi laju perubahan tersebut. Eksistensi radio terbukti hingga kini tetap dapat memberikan warna baru dalam perkembangan dunia komunikasi media massa. Walaupun ada kekhawatiran ketika ditemukan televisi para pakar media massa mengatakan masa keemasan radio akan segera lenyap. Namun prediksi tersebut tidak terbukti sebab radio tetap disukai oleh manusia dengan karakteristik yang dimilikinya.<sup>2</sup>

Sejarah panjang peranan radio telah dilalui, tatkala ditemukan gelombang suara di udara pada 1896 oleh Guglielmo Marconi,<sup>3</sup> maka sejak itu manusia dapat berinteraksi dalam dunia komunikasi media massa dengan rentang jarak yang jauh dan lintas regional secara cepat dan murah.

---

<sup>2</sup> Eksistensi radio tidak akan mati, walaupun bermunculan media massa yang lebih canggih, hal dikarenakan radio memiliki karakteristik yang unik. Kini dengan adanya media baru, radio dapat mengambil peran sehingga radio tetap mempunyai pangsa tersendiri.

<sup>3</sup> Indra Santi Astuti, *Jurnalisme Radio: Teori dan Praktek*, (Bandung: Simbiosis Media Tama, 2009)

Dengan keunggulan tersebut para ahli komunikasi menempatkan radio dalam lima besar kekuatan media (*the fifth estate*),<sup>4</sup> di tengah maraknya bermunculan bentuk media sosial baru (*new social media*) saat ini. Eksistensi radio pun merupakan kekuatan keempat dari kekuatan kelembagaan negara yang ada yakni lembaga pers, eksekutif, legislatif dan yudikatif.<sup>5</sup>

Ditinjau dari proses sejarah kemunculan media penyiaran, radio merupakan jenis media massa ketiga yang lahir di dunia, setelah pers dan film.<sup>6</sup> Radio disebut pula sebagai media *mainstream* yang telah memainkan peran signifikansi sejak tahun 1912, di mana mampu menyelamatkan ribuan penumpang kapal pesiar mewah Titanic yang karam menabrak gunung es di Atlantik Utara dengan mengirimkan pesan SOS dalam bentuk *morse* ke seluruh stasiun pemancar.

Dengan kecanggihan gelombang radio tersebut, maka pemerintah Amerika Serikat tahun 1912 mengeluarkan regulasi yang bernama *Radio Act 1912* mengenai gelombang udara yang kewenangan penuh diberikan kepada Departemen Perdagangan.<sup>7</sup>

Hadirnya media massa radio memberikan kemudahan manusia dalam berkomunikasi, tidak saja sebagai media informasi semata tetapi dapat pula dijadikan sarana bisnis yang memberikan keuntungan bagi pengelola radio.

Pada awalnya para pendengar radio dikenakan pajak untuk mendapatkan informasi dari stasiun radio, namun akhirnya pendengar dibebaskan untuk menangkap siaran radio. Pembiayaan bukan dari pendengar radio lagi tetapi diperoleh dari para pengiklan yang menggunakan gelombang suara dalam mempromosikan produknya.<sup>8</sup>

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. Fenomena terkini dalam dunia penyiaran, radio mendapat porsi yang lebih luas lagi dengan dikeluarkannya Undang-Undang Penyiaran No. 32 tahun 2002 (UU 32/2002) di mana saat ini terdapat tiga bentuk radio yang

---

<sup>4</sup> Penyebutan *the fifth estate* sebagai bukti radio memiliki kekuatan yang besar (kekuatan ke lima). Kendati bermunculan media massa lain, semisal televisi, internet dll, namun para pakar media tidak menggeser posisi ke lima radi radio.

<sup>5</sup> Effendy Onong Uchyana 2007. *Regulasi Penyiaran dari Otoriter ke Liberal*. Yogyakarta: LKiS.

<sup>6</sup> Anwar Arifin, *Sistem Komunikasi Indonesia*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011)

<sup>7</sup> Indra Santi Astuti, *Jurnalisme Radio: Teori dan Praktek*, (Bandung: Simbiosis Media Tama, 2009)

<sup>8</sup> Indra Santi Astuti, *Jurnalisme Radio: Teori dan Praktek*, (Bandung: Simbiosis Media Tama, 2009)

beroperasi di Indonesia yaitu, radio siaran publik yakni RRI (Radio Republik Indonesia), radio siaran komersial, dan radio siaran komunitas.

Ditinjau dari aspek perkembangan kepemilikan pesawat radio pada setiap tahun memperlihatkan grafik yang meningkat. Hal ini menandakan bahwa radio tetap memiliki peluang positif dan mampu mengimbangi dengan laju pertumbuhan media massa lainnya.

Di Indonesia antara tahun 1970 sampai 1980, jumlah pemilik pesawat radio meningkat enam kali lipat. Tahun 1970 hanya 2,3 juta pesawat radio, tahun 1980 berjumlah 15 juta dan tahun 1994 melonjak menjadi 28,8 juta pesawat radio. Ini disebabkan radio, menurut data Ray Morgan Single Source, mampu menjangkau 39,3 % penduduk Indonesia.<sup>9</sup>

Demikian pula jika ditilik dari perolehan pemasangan iklan berbayar di media massa, radio menunjukkan kenaikan yang cukup menggembirakan. Jika dilihat dari sisi iklan radio mengalami *booming* di tahun 1980-an ketika pelarangan iklan di TVRI.

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.<sup>10</sup>

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 peredaran 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.<sup>11</sup>

Kendati saat ini berkembang media komunikasi yang lebih canggih namun radio tetap menjadi pilihan masyarakat dalam mengakses informasi. Keunggulan radio dapat dijelaskan sebagai berikut<sup>12</sup>, sekurangnya terdapat empat hal, *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

<sup>9</sup> Usman Kansong, *Ekonomi Media*. (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2009)

<sup>10</sup> Usman Kansong, *Ekonomi Media*. (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2009)

<sup>11</sup> <http://industri.kontan.co.id> diakses 15 Juli 2012.

<sup>12</sup> Riswandi, *Dasar-dasar Penyiaran*, (Jakarta : Graha Ilmu dan Universitas Mercu Buana, 2007)

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.

Penyiaran menurut Errol Jonathans dalam tulisannya yang tidak dipublikasikan pada pelatihan *Produksi Siaran Musik Etnik Tingkat Dasar* bekerjasama 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. Dapat didengar tanpa harus menghentikan aktivitas kita. Misal didengar sambil belajar, membaca, bekerja di dapur, mengendarai mobil dan sebagainya. Bandingkan kalau kita nonton TV atau membaca koran, perlu waktu khusus untuk itu.

*Kedua*, radio merupakan sumber informasi tercepat. *Radio is the Now Medium*. Pengertian "Now" adalah masalah "kesegeran", sehingga dimungkinkan lebih cepat dalam penyebaran informasinya. Model ini tidak mungkin dilakukan media cetak, karena harus melalui proses cetak. Walaupun TV mampu melakukannya, biaya operasionalnya relatif mahal dibandingkan radio serta mempunyai jeda waktu dalam menyiarkannya.

*Ketiga*, radio memiliki karakter *auditif* yaitu produksi radio hanya suara, bukan visual semacam media cetak, atau visual bergerak ala TV, radio masih memiliki beberapa keunggulan, disamping kelemahan karakternya, antara lain (a) biaya dan proses operasionalnya lebih murah, (b) komunikasi melalui suara cenderung lebih mudah ketimbang harus membaca atau melihat dan mendengar.

Karakteristik yang *keempat* yaitu, 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*"<sup>13</sup> 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 penyiarnya. Pendengar akan melakukan rekayasa sendiri kira-kira seperti apa sosok penyiar tersebut.

---

<sup>13</sup> "*Theatre of Mind*" merupakan predikat radio, karena mengandalkan suara (audio), pendengar dapat terlena atau terkesima hanya dengan kekuatan suara dari penyiar. Oleh karena dalam dunia penyiaran mutu atau keunikan suara sangat memegang peran penting.

*Keenam*, 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.

*Ketujuh*, 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.

*Kedelapan*, 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.

*Kesembilan*, 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 yang dikenal dengan radio streaming (internet).

*Kesepuluh*, 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.

Di samping terdapat kekuatan tak dipungkiri pula radio terdapat sisi kelemahannya yakni (1) radio sulit untuk menyiarkan hal-hal yang lebih mudah ditangkap melalui gambar – seperti televisi atau video; (2) radio bukan sarana yang cocok untuk memaparkan hal-hal yang rumit dan detail, kalau terpaksa harus disampaikan secara panjang lebar, tapi dengan resiko belum tentu dimengerti oleh pendengar; (3) keterbatasan khalayak pendengar hanya mereka yang memiliki pendengaran baik dapat menerima informasi yang disampaikan.<sup>14</sup>

### **Peran, Fungsi, dan Kekuatan Radio Komunitas**

Pertumbuhan radio komunitas di Indonesia lahir pasca reformasi 1998, di mana sebelumnya radio komunitas identik dengan radio gelap –

---

<sup>14</sup> [www.perpustakaan.uns.ac.id](http://www.perpustakaan.uns.ac.id) diakses 20 Juli 2012

sembunyi-sembunyi atau ilegal alias tidak memiliki izin operasional. Reformasi memberikan berkah tersendiri dalam regulasi penyiaran di Indonesia. Penggiat media massa mendesak untuk diberikan ruang tersendiri dalam sistem penyiaran di Indonesia, karena semasa Orde Baru pengekanan atas media massa sangat ketat, negara sangat berkuasa atas media massa.

Tuntutan tersebut memberikan hasil dengan lahirnya Undang-Undang No 32/2002 sebagai revisi Undang-Undang Penyiaran tahun 1997. Dalam UU 32/2002 radio komunitas memiliki kekuatan hukum yang jelas. Hal ini berarti beberapa peraturan telah dicabut. Presiden Habibie melalui Menteri Penerangan, Yunus Yosfiah membatalkan peraturan yang membelenggu kebebasan pers yaitu Permenpen No. 1/Per/Menpen/1984 tentang SIUPP dan Permenpen No 01/Per/ Menpen 1969 tentang Ketentuan Pokok Wartawan.

Demikian pula SK Menpen No 24/Kep/Menpen/1978 dan SK Menpen No. 226/Kep/ Menpen/1984 tentang wajib relay Siaran RRI dan Penyelenggaraan Siaran Berita oleh Radio Siaran Non RRI serta SK Menpen No. 47/Kep/Menpen/1975 tentang Pengukuhan PWI – Persatuan Wartawan Indonesia dan SPS – Serikat Penerbit Surat Kabar - sebagai satu-satunya Organisasi Wartawan dan Organisasi Penerbit.

Dalam ranah kebebasan pers diterbitkan Permenpen No. 01/Per/Menpen/1998 tentang Ketentuan-Ketentuan SIUPP yang berbeda dengan peraturan sebelumnya di mana tidak mencantumkan sanksi pencabutan SIUPP atau pembredelan bagi pers yang dianggap melanggar peraturan.<sup>15</sup>

Oleh karena itu dengan disahkan UU No. 32/2002, berarti ruang berekspresi terbuka lebar bagi media massa dan publik lepas dari kontrol negara. Media menjadi ranah publik untuk memberikan informasi seluas-luasnya tanpa khawatir datangnya ancaman atau sanksi dari pemerintah. Dengan demikian ruang privat beralih ke ruang publik atau komunitas yang dapat memberikan angin segar dalam proses demokratisasi bermedia.

Terbukanya ruang kebebasan bersuara, maka radio komunitas diharapkan dapat memberikan alternatif informasi kepada masyarakat dengan memfungsikan peran radio secara efektif dan profesional, sebab masyarakat akan mendapatkan porsi informasi yang akurat dan proporsional serta beragam arus pemberitaan dengan membangun ruang kesadaran kritis masyarakat. Fenomena yang menarik dalam penelitian Eni Maryani<sup>16</sup> di Desa Timbulharjo Yogyakarta pada radio komunitas

---

<sup>15</sup> Eni Maryani, *Media dan Perubahan Sosial Suara Perlawanan Melalui Radio Komunitas*, (Bandung: Rosdakarya, 2011)

<sup>16</sup> Eni Maryani, *Media dan Perubahan Sosial Suara Perlawanan Melalui Radio Komunitas*, (Bandung: Rosdakarya, 2011)

Angkringan, ternyata kualitas program dan kekuatan siaran radio komunitas Angkringan dapat membangun dan memberikan kesadaran kritis pada masyarakat di Timbulharjo akan hak-haknya sebagai warga masyarakat yang selama ini termarginalkan oleh kekuasaan pemerintahan setempat. Potret masyarakat Jawa yang diidentikkan serba harus harmonis dapat dirubah menjadi kritis terdapat sepak terjang aparat pemerintahan setempat dengan mendengarkan siaran radio Angkringan

Perubahan positif warga Angkringan terasa ketika pasca reformasi di mana dana bantuan pemerintah pusat untuk pemulihan krisis yang turun sangat banyak namun tidak dirasakan warga sebagai sasaran utama penerima dan penyaluran dana JPS (Jaringan Pengamanan Sosial). Kegelisahan ini dapat dipaparkan dalam penggalan cerita pengelola radio Angkringan :

“Yah, seperti Indonesia mini. Kelas birokrasinya korup, kelas menengahnya apatis, kelas bawahnya penakut. Piramidanya demikian. Justru yang paling banyak adalah yang takutnya ini. Nah, takutnya ini berasal antara lain karena tidak mempunyai saluran. Makanya, kami itu bertekad memulai sehingga yang apatis ini lebih mau terlibat, yang takut menjadi lebih berani.”<sup>17</sup>

Demikian pula ketika pemilihan Lurah di mana ada kandidat yang diunggulkan berasal dari Pamong dan menangani bidang Kesra walau pendidikannya rendah dan pengalamannya keorganisasiannya kurang tapi aktif berkunjung ke masjid-masjid dibandingkan calon Lurah yang mereka jagokan memiliki sejumlah kelebihan.

“Kalau saya jujur mendukung Lurah yang sekarang karena motiivasinya paling tidak dia sudah mengetahui lapangan yang disitu yang ngatur strategi (birokrasi di kelurahan). (Dia) sudah tahu orang-orang yang harus dibenahi seperti apa.”<sup>18</sup>

Dalam perkembangan selanjutnya peran radio komunitas juga dapat memberikan pencerahan kepada masyarakat lain, misal di Indramayu pada radio komunitas Kemayu yang memberikan kesadaran baru dalam advokasi para TKI (Tenaga Kerja Indonesia) dan TKW (Tenaga Kerja Wanita), juga pada radio komunitas Lintas Merapi di Klaten dan radio komunitas MMC (Merapi Merbabu Community) yang banyak membantu rakyat dalam aspek persiapan menghadapi bencana dan pemantauan aktivitas gunung Merapi.

Radio komunitas merupakan milik komunitas, terbangun dari kesadaran kritis untuk memberikan perubahan bagi komunitas. Aspek

---

<sup>17</sup> Eni Maryani, *Media dan Perubahan Sosial Suara Perlawanan Melalui Radio Komunitas*, (Bandung: Rosdakarya, 2011), h. 117.

<sup>18</sup> Eni Maryani, *Media dan Perubahan Sosial Suara Perlawanan Melalui Radio Komunitas*, (Bandung: Rosdakarya, 2011), h. 120.

terpenting dalam radio komunitas adalah partisipasi dan kesadaran diri.<sup>19</sup> Radio komunitas dibedakan dengan radio komersial, sebab radio komunitas memang terlahir dan terbangun sebagai tekad dari keinginan bersama dari sebuah komunitas, apakah nelayan, petani, buruh, kampus atau keagamaan.

Konsep radio komunitas bermula di Bolivia dan Columbia pada akhir tahun 1940-an yang muncul dari kesadaran dan partisipasi para buruh tambang dengan menggunakan peralatan sederhana yang berfungsi untuk menyatukan diri dan memperbaiki kondisi pekerjaannya. Sedangkan di Eropa radio komunitas (illegal) lahir pada tahun 1960-1970 an untuk melawan monopoli pemerintah di dunia penyiaran sebagai radio untuk, mengenai dan oleh masyarakat. Demikian pula di Afrika, radio komunitas berkembang sebagai media demokrasi pasca lengsernya pemerintahan Apartheid di Afrika Selatan.<sup>20</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa radio komunitas menjadikan komunitas sebagai basis operasionalisasi. Radio komunitas sebagai wadah menyuarakan berbagai aspirasi, persoalan lokal dengan berbasis pada kehidupan nyata dalam masyarakat di dalam komunitas tersebut. Radio komunitas bersifat non profit, lebih dominan sebagai sarana pembelajaran dan pemberdayaan nilai-nilai bersama yang diusung oleh komunitas bersangkutan.

Munculnya radio komunitas karena tidak tertampungnya persoalan di masyarakat – problem sektoral – yang selama ini luput disoroti oleh media *mainstream* yang sarat dengan kepentingan pemilik, monopoli kepentingan dan bersifat kapitalistis. Sementara konsep radio komunitas sangat berbeda dengan media *mainstream* yang ada. Hal ini dapat diperankan oleh radio komunitas sebagai upaya advokasi dan menyuarakan berbagai kepentingan yang ada dalam masyarakat.

Menurut Fraser dan Estrada terdapat fungsi radio komunitas, (1) merepresentasikan, mendukung budaya dan identitas lokal; (2) menciptakan berbagai pendapat dan opini di udara; (3) menyediakan varietas program acara; (4) mendorong demokrasi dan dialog terbuka; (5) mendukung pembangunan dan perubahan sosial; (6) mempromosikan *civil society*; (6) mengedepankan ide tentang *good governance*; (7) mendorong partisipasi melalui membagi informasi dan inovasi; (8) memberikan suara kepada mereka yang tidak memiliki suara; (9) menyediakan pelayanan sosial sebagai pengganti telepon; (10) menyumbangkan pada

---

<sup>19</sup> Edwin Jurriens, *Radio Komunitas di Indonesia: "New Brechtian Theatre" di Era Reformasi*, (School of Asian, African and Amerindian Studies, Leiden University, Antropologi Indonesia, 2003)

<sup>20</sup> Edwin Jurriens, *Radio Komunitas di Indonesia: "New Brechtian Theatre" di Era Reformasi*, (School of Asian, African and Amerindian Studies, Leiden University, Antropologi Indonesia, 2003)

keberagaman dalam kepemilikan siaran dan (11) mengembangkan sumber daya manusia untuk industri siaran.<sup>21</sup>

Faktor yang mendukung eksistensi radio komunitas karena tingginya partisipasi masyarakat yang secara bersama terlibat. Masyarakat bukan saja sebagai obyek – yang selama ini dilindas, ditelantarkan dan diterpa oleh arus media *mainstream* – tetapi sebagai subyek, pelaku aktif dan penuh kesadaran untuk membangun kepentingan bersama. Kekuatan lain radio komunitas karena berbasis masyarakat, maka dibedakan dengan media massa yang lain, antara lain, pertama pengelola radio komunitas tidak mencari laba dari proses awal (*input*) siaran hingga keluaran (*output*) yang dihasilkan, kedua, muncul dari inisiatif dan kebutuhan masyarakat akan arus informasi yang memang diperlukan, bukan karena kepentingan pemilik media. Menurut Denis Mc Qual<sup>22</sup> kebebasan media massa atau pers harus diarahkan agar dapat memberikan manfaat nyata bagi masyarakat dan khalayaknya, bukan hanya sekedar untuk membebaskan media massa dan pemilikinya dari kewajiban harapan dan tuntutan masyarakat.

Radio komunitas sebagai sarana membangun demokrasi bersiaran terus tumbuh di Indonesia. Hal ini menandakan harapan akan proses demokrasi berjalan baik, karena rakyat dapat menyampaikan problematika kemasyarakatan dengan membuka katup-katup tersumbat. Tentunya bagi penggiat radio komunitas sebagai tantangan untuk terus berkiprah mewarnai kepentingan masyarakat yang tidak “diterima” oleh media kapitalistik.

Tabel 1. Jumlah Radio Komunitas di Indonesia

No	Propinsi	Jumlah
1	Nanggroe Aceh Darussalam	7
2	Sumatera Barat	33
3	Lampung	24
4	Banten	17
5	Jakarta	10
6	Jawa Barat	348
7	Jawa Tengah	40
8	D.I. Yogyakarta	36
9	Jawa Timur	20
10	Nusa Tenggara Barat	20
11	Sulawesi Selatan	60

<sup>21</sup> Edwin Jurriens, *Radio Komunitas di Indonesia : “New Brechtian Theatre” di Era Reformasi*, (School of Asian, African and Amerindian Studies, Leiden University, Antropologi Indonesia, 2003)

<sup>22</sup> Jamhur Poti. “Demokratisasi Media Massa Dalam Prinsip Kebebasan”, *Jurnal Ilmu Politik dan Ilmu Pemerintahan*, Vol. 1 No. 1 (Oktober, 2011).

12	Kalimantan Timur	5
13	Papua	10
TOTAL		630

Sumber : Worldbank Research Team (2005)<sup>23</sup>

### Radio Komunitas : Perlawanan Hegemoni Media Kapitalistis

Gagasan pertama kali munculnya radio komunitas karena terbatasnya ruang publik untuk menyuarakan kepentingan masyarakat. Radio komunitas di negara-negara Amerika Latin dimulai sejak tahun 1940-an untuk menyuarakan keprihatinan bersama.

Baran dan Davis <sup>24</sup>(dalam Tripambudi, 2011) menegaskan bahwa industri media telah memasuki era *mass society* dan *mass culture*. Media telah meruntuhkan pranata sosial tradisional secara bertahap dan menggantikannya dengan yang baru karena revolusi industri yang telah merubah kebutuhan-kebutuhan elite yang memiliki power secara ekonomi. Dampaknya media sibuk memenuhi kebutuhan elite tersebut yang lebih menjanjikan keuntungan secara finansial, sehingga kebutuhan informasi komunitas-komunitas non elite terabaikan.

Kehadiran radio komunitas sebagai perlawanan dari hegemoni media raksasa yang tidak peduli dengan kondisi masyarakat secara umum. Kekuatan besar dan utama dunia saat ini ada pada media, jika masyarakat tidak mampu menyediakan sarana dan saluran media komunikasi yang memadai pasti akan menjadi santapan media massa besar yang mengusung ideologi tertentu, kebijakan, gaya hidup dan konsumsi iklan dari media yang bersangkutan.

Hegemoni media massa otomatis akan mengurangi bahkan menghilangkan peran partisipasi masyarakat untuk memperoleh informasi yang seimbang, pro rakyat. Kesempatan warga akan terkikis secara perlahan tapi pasti. Ditambah lagi manakala radio komunitas tidak diberikan frekuensi atau dipersulit dengan berbagai jalur birokrasi dan pembiayaan yang besar.

Berdasarkan pakem idiologi kapitalis yakni menguasai seluruh asset kehidupan masyarakat untuk kepentingan individu, maka disinilah letak dan peran radio komunitas saling berbagi dan menguatkan guna membangun partisipasi aktif masyarakat untuk mendapatkan akses informasi. Ruang publik harus dibuka seluas-luasnya tanpa itu

<sup>23</sup> Eni Maryani, *Media dan Perubahan Sosial Suara Perlawanan Melalui Radio Komunitas*, (Bandung: Rosdakarya, 2011)

<sup>24</sup> Sigit Tripambudi. "Radio Komunitas Sebagai Media Alternatif Untuk Pemberdayaan Masyarakat", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 9 No. 3, (September, 2011)

kemampetan informasi akan terus menjadi bayang-bayang tanpa ada solusi yang diberikan.

Media yang hanya dikuasai oleh segelintir pembisnis media akan menyebabkan terciptanya satu kanal informasi. Kita dapat lihat saat ini orang atau korporat menguasai semua sarana informasi seperti, radio, televisi, media cetak, media sosial. Jika kondisi ini semakin menguat, mana tidak ada kontrol atas informasi yang beredar. Informasi apapun dapat dipelintir untuk kepentingan penguasa media tersebut.

Oleh karena itu peran pemerintah sangat diharapkan jangan sampai upaya masyarakat dalam memperoleh informasi yang diusung pasca reformasi kembali ke titik nol seperti masa rezim orde baru yang semua serta tidak boleh, dilarang. Untuk itu guna menuju demokratisasi bermedia penggiat radio komunitas harus menjadi pengawal aktif dan berani memberikan warna lain dalam proses menuju demokrasi.

Kehadiran radio komunitas menjadi penting karena tidak semua radio *mainstream* mampu menampung suara publik. Radio komunitas menjadi radio alternatif dalam memberikan kemudahan masyarakat untuk mendapatkan informasi karena (a) 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 prosedur atau pembuat informasi; (b) tidak semua anggota masyarakat dapat menjangkau siaran yang ada. Masih banyak anggota masyarakat yang tidak kena terpaan media massa umum. Mereka yang tinggal 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.<sup>25</sup>

Untuk peran strategis radio komunitas dapat dijadikan bagian dalam pemberdayaan masyarakat sebagai (1) media informasi dan hiburan, hingga peran advokasi, pendampingan masyarakat dan sebagai benteng budaya lokal. Keutamaan radio komunitas memiliki peluang untuk pengembangan masyarakat dan pemerintah jadi lebih baik di masa mendatang; (2) media alternatif, radio komunitas lebih dekat di hati para pendengarnya dibandingkan media *mainstream*, karena terlihat dalam permasalahan lokal warga seperti bidang politik, kesehatan dan kesejahteraan; (3) para pihak pemangku kepentingan atas radio komunitas melihat radio komunitas memiliki potensi besar untuk menghasilkan media

---

<sup>25</sup> Lilis, "Mengusung Radio Komunitas Sebagai Basis Kearifan Lokal", Diakses 30 Agustus 2013 dari <http://komunikasi.unsoed.ac.id>

alternatif yang kontekstual untuk kepentingan warga masyarakat yang kerap tak mendapatkan informasi yang sesuai dengan kebutuhannya.<sup>26</sup>

### **Radio Komunitas : Kendala dan Harapan**

Keberhasilan insan media massa terwujud dengan disahkan Undang-Undang No 32/2002 tentang Penyiaran setelah mengalami tarik menarik antara pemiliki modal besar media dengan pejuang kebebasan media. UU 32/2002 sebagai merevisi UU 24/1997 yang menjadi dasar diterimanya UU 32/2002.

Terdapat dua faktor yang mendasar, pertama, radio komunitas akan mengukuhkan frekuensi sebagai ranah publik (*public dominant*) yang terbuka dan mudah diakses bagi siapa saja. Radio komunitas menghapus monopoli penggunaan frekuensi yang semula dikuasai dan didominasi radio swasta dan radio milik pemerintah.

Kedua, lahirnya radio komunitas yang berakar dari kesadaran dan partisipasi masyarakat akan menyehatkan persepsi negatif media radio ketika masa Orde Baru menguasai frekuensi yang sangat diperketat dan radio sebagai alat propaganda penguasa.<sup>27</sup>

Dengan jumlah radio komunitas sebanyak 630 stasiun saat ini diharapkan pada masa depan akan tumbuh terus, karena jika dibandingkan dengan luas dan posisi Indonesia yang luas masih tidak seimbang untuk mempercepat demokratisasi media. Menurut Denis McQuail (McQuail, 2000),<sup>28</sup> tujuan media komunitas terdapat empat aspek, (1) memberikan pelayanan informasi isu-isu dan problem universal, tidak sektoral dan primordial; (2) pengembangan budaya interaksi yang pluralistik; (3) penguatan eksistensi kelompok minoritas dalam masyarakat dan (4) bentuk fasilitasi atas proses menyelesaikan masalah menurut cara pandang lokal.

Pandangan dan tujuan dari Denis McQuail patut diapresiasi mengingat radio komunitas hadir untuk menjembatani kepentingan masyarakat akan informasi yang tidak dapat diberikan oleh media *mainstream* yang senantiasa mengejar rating atau iklan dalam keberlangsungan hidupnya. Orientasi radio komunitas yang bersifat sukarela, independen, tidak berorientasi profit tentunya dapat dijadikan ujung tombak membangun kesadaran dan mempertinggi tingkat partisipasi masyarakat di mana radio komunitas “dari komunitas, oleh komunitas dan untuk komunitas”

---

<sup>26</sup> Lilis, “Mengusung Radio Komunitas Sebagai Basis Kearifan Lokal”, Diakses 30 Agustus 2013 dari <http://komunikasi.unsoed.ac.id>

<sup>27</sup> Masduki. “Pengembangan dan Problematika Radio Komunitas di Indonesia” *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 1, No. 1 (Juni, 2004)

<sup>28</sup> Masduki. “Pengembangan dan Problematika Radio Komunitas di Indonesia” *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 1, No. 1 (Juni, 2004)

Menurut Craig dan Mayo,<sup>29</sup> partisipasi merupakan komponen penting dalam proses pembangkitan kemandirian dan pemberdayaan. Sebaiknya orang-orang harus terlibat dalam proses tersebut, sehingga mereka lebih memperhatikan hidupnya untuk memperoleh rasa percaya diri, memiliki harga diri dan pengetahuan untuk mengembangkan keahlian baru.

Demikian pula pemberdayaan masyarakat patut ditingkatkan secara baik dan secara sistematis yang nantinya akan menggerakkan roda pembangunan. Seperti diutarakan oleh Rr. Suhartini<sup>30</sup> tujuan pemberdayaan adalah (1) meningkatkan kualitas lingkungan pemukiman melalui suatu upaya penanganan terpadu, baik dari aspek fisik, sarana dan prasarana maupun kondisi sosial ekonomi masyarakatnya; (2) menumbuhkan inisiatif, kreativitas dan jiwa kemandirian dalam pelaksanaan kegiatan peningkatan kesejahteraan di lingkungan tempat tinggal masyarakat tersebut dan (3) meningkatkan kemampuan usaha dalam rangka pengembangan sumber pendapatan yang dapat menunjang perekonomian keluarga atau warga.

Namun demikian tidak mudah mengelola radio komunitas walaupun telah terdapat payung hukum berupa UU No 32/2002. Terdapat dua faktor yakni faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perkembangan radio komunitas. Faktor internal, belum adanya standarisasi pola pengelola atau manajemen pengelolaan radio komunitas. Manajemen ke-radio-an harus selalu menjaga kualitas dan kuantitas radio komunitas itu sendiri agar lebih memadai. Demikian pula masalah pendanaan seperti radio komunitas Angkringan diawal pendirian menggunakan kantong pribadi pengelola juga aspek partisipasi masyarakat. Karena radio komunitas berbasis partisipasi aktif warga masyarakat, maka perlu sistem tersendiri untuk membuat manajemen dalam menumbuhkan partisipasi tersebut. Di sisi lain kualitas sumber daya manusia harus dioptimalkan, karena ketika bersiaran tidak asal siaran tetapi harus ada kaidah dan etika yang harus dipenuhi oleh penyiar radio komunitas.

Faktor eksternal, masih terkendalanya niat baik dan suci pemerintah untuk memberikan izin frekuensi walaupun ada usaha dari Kementerian Komunikasi dan Informasi membenahi kelembagaan radio komunitas serta mempermudah perizinan dan konten. Sampai akhir tahun 2012 Kemkominfo telah merealisasikan sebanyak 206 desa informasi di sejumlah daerah dan tahun 2013 ini dicanangkan program 150 desa informasi.

---

<sup>29</sup> Sigit Tripambudi. "Radio Komunitas Sebagai Media Alternatif Untuk Pemberdayaan Masyarakat", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 9 No. 3, (September, 2011)

<sup>30</sup> Sigit Tripambudi. "Radio Komunitas Sebagai Media Alternatif Untuk Pemberdayaan Masyarakat", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 9 No. 3, (September, 2011)

Saat ini dialokasikan dana sebesar 1,5 triliun – 2 triliun per tahun untuk membangun infrastruktur menara radio komunitas, terutama di daerah perbatasan, terpencil dan desa tertinggal.<sup>31</sup> Faktor lainnya standarisasi teknologi siaran yang memadai, karena banyak radio komunitas bersiaran yang teknologi seadanya.

Tentunya masih banyak pekerjaan rumah yang harus dituntaskan agar masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi, kita perlu banyak belajar dari negara lain yang sukses mengembangkan radio komunitas, seperti Bangladesh – yang berhasil memberdayakan masyarakat - juga pada negara Mongolia, Afrika dan sejumlah negara kecil di Pasifik seperti Tonga. Di mana media *mainstream* cenderung tidak dapat memenuhi kriteria yang dibangun oleh radio komunitas.

Penulis bersyukur wadah internasional telah terwujud dalam Asosiasi Radio Komunitas Internasional (AMARC) yang diharapkan sebagai kekuatan dalam mewujudkan proses demokratisasi, baik melalui advokasi struktural untuk menjamin regulasi yang ramah terhadap media-media alternatif maupun advokasi kultural melalui penguatan basis institusi dan manajemen sumber daya manusia radio komunitas. Yang pasti Indonesia telah mencatat dapat menyelenggarakan konferensi pertama asosiasi dan pemerhati radio komunitas se Asia Pasifik di Jakarta pada 24-28 Nopember 2005.

Wacana pembicaraan mengenai radio komunitas akan tetap bergulir, selama masyarakat masih memiliki dinamika untuk mendapatkan akses informasi yang setara, berpihak dan mengutamakan kepentingan rakyat. Walaupun masih terdapat kendala administrasi, perundang-undangan, teknis, keterbatasan frekuensi, sumber daya manusia, peralatan, pendanaan. Satu hal yang menjadi kegembiraan para penggiat demokrasi di negeri ini, sejak reformasi bergulir masyarakat sudah berani bersuara menggunakan media massa radio komunitas.

## Penutup

Tumbangnya rezim otoritarian Orde Baru memberikan angin segar dan menyejukkan bagi kalangan insan media. Keberanian untuk menyuarakan kepentingan masyarakat bergeliat positif. Informasi yang tadinya hanya milik privat (monopoli/negara) beralih ke ranah publik (masyarakat). Hal ini ditandai dengan hadirnya media massa yang dimiliki oleh komunitas atau yang dikenal dengan media massa komunitas. Penggiat media massa radio telah berhasil menggolkan Undang-Undang No. 32/2002 tentang Penyiaran dengan disahkan radio komunitas sebagai bagian dari tiga tipologi media penyiaran radio. Tonggak ini yang memberikan keyakinan sebagai payung hukum untuk memberikan

---

<sup>31</sup> Bisnis.com, 13 Juli 2012

alternatif informasi kepada masyarakat untuk mendapatkan akses informasi.

Namun cita-cita ke arah itu tidak semudah yang dibayangkan. Media mainstream yang dikuasai oleh kapitalis media seolah tidak rela dan sudi terdapat kompetitor dalam dunia informasi. Di sinilah dituntut peran dan fungsi radio komunitas untuk bermain cantik dan terkonsep dalam mewujudkan suasana demokratis bermedia. Namun kendala masih terbentang luas dan berat, kendati keinginan dan mimpi indah masih terbuka, ada secercah asa di pelupuk mata menuju cita-cita bersama membangun media alternatif.

## Daftar Pustaka

### Buku

- Arifin, Anwar. *Sistem Komunikasi Indonesia*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011.
- Astuti, Indra Santi. *Jurnalisme Radio: Teori dan Praktek*. Bandung: Simbiosis Media Tama, 2009.
- Kansong, Usman. *Ekonomi Media*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009.
- Masduki. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Jogyakarta: Pustaka Populer LKiS, 2004.
- Maryani, Eni. *Media dan Perubahan Sosial Suara Perlawanan Melalui Radio Komunitas*, Bandung, Rosdakarya, 2011.
- Rachmiate, Atiek. *Radio Komunitas Eskalasi Demokratisasi Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekataman Media, 2007.
- Riswandi. *Dasar-dasar Penyiaran*. Jakarta: Graha Ilmu dan Universitas Mercu Buana, Jakarta, 2007.

### Jurnal

- Birowo, Mario Antonius. "Melawan Hegemoni Media Dengan Strategi Komunikasi Berpusat Pada Masyarakat", *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, Vol. 1 No. 1 (Juni, 2004).
- Jurriens, Edwin. "Radio Komunitas di Indonesia : 'New Brechtian Theatre' di Era Reformasi", *School of Asian, African and Amerindian Studies, Leiden University, Antropologi Indonesia*, 72, 2003.
- Masduki, "Perkembangan dan Problematika Radio Komunitas di Indonesia", *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 1 No. 1 (Juni, 2004).

- Muktaf, Zein Muffaih. "Peran radio Komunitas Dalam Membangun Demokratisasi Partisipatoris di Tingkat Masyarakat Desa", Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2008.
- Poti, Jamhur. "Demokratisasi Media Massa Dalam Prinsip Kebebasan", *Jurnal Ilmu Politik dan Ilmu Pemerintahan* Vol. 1 No. 1 (Oktober, 2011).
- Tripambudi, Sigit. "Radio Komunitas Sebagai Media Alternatif Untuk Pemberdayaan Masyarakat", *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 9 No. 3, (September, 2011).

### **Situs**

Bisnis.com

<http://en.wikipedia.org/wiki/radio>

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

[www.asiawaves.net/indonesia/jakarta-radio.htm](http://www.asiawaves.net/indonesia/jakarta-radio.htm)

### **Dokumen/Undang-undang**

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