
RADIO KOMUNITAS SEBAGAI MEDIA ALTERNATIF UNTUK PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

Oleh

Husni Mubaroq¹, Ega Fitri Qur'aini²

^{1,2}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Panca Marga Probolinggo

Email: ¹Husni999fisip@upm.ac.id, ²helloega123@gmail.com

Article History:

Received: 05-06-2023

Revised: 24-06-2023

Accepted: 24-07-2023

Keywords:

Local Community

Empowerment,

Community Radio

Abstract: *The purpose of this study is to describe the role of community radio as an alternative medium for empowering local communities. The principle of community media is "by the community, for the community, and for the community". The main goal is to build community and local capacity to help improve the lives of local people. This study used descriptive qualitative method. Based on the results of the study, the use of community radio has not maximized the enthusiasm of the local people themselves who still do not know how to use local media. There is a reflection of the active role of the monitoring group (active listeners) in the routine work of community radio. Only community radio is actively supported by monitoring groups that can play a role of power to community members. Actively maintaining and exploring broadcast work routines for opportunities and problems for community members and looking for solutions to problems faced by community members*

PENDAHULUAN

Informasi memegang peranan penting dalam masyarakat. Dengan informasi apa pun nilai, kebutuhan dan harapan dipertukarkan secara internal dalam masyarakat sehingga terjadi kemajuan dalam berbagai bidang kehidupan. Saat ini, dengan meningkatnya pendidikan dan pengetahuan masyarakat, kebutuhan akan hal tersebut semakin meningkat untuk informasi publik. Informasi lebih lanjut diperlukan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari lain update informasi selalu dibutuhkan mengatur kebutuhan dan kepentingan masyarakat saat ini. Salah satu pendukung komunikasi informasi adalah media massa, seperti radio, televisi dan koran. Dikatakan bahwa media massa terbukti efektif menyebarluaskan informasi kepada masyarakat. Kemampuan media massa untuk menjangkau khalayak yang begitu luas dan luas media yang tersebar secara geografis massa ini selalu menjadi pilihan media masyarakat.

Seiring waktu, media massa mengalami perubahan, yaitu datangnya industri bisnis yang mengutamakan keuntungan finansial. Itu hanya mengirim informasi yang bermanfaat. Ini mengurangi hak masyarakat akan mengetahui informasi yang diperlukan dan berhak menggunakan media untuk menyampaikan informasi tersebut. Menurut Littlejohn (1999:335), penonton media massa tidak bisa lagi dilihat seperti itu satu set besar yang pesannya dapat digabungkan media massa. Kebutuhan publik semakin beragam dalam komunitas kecil (masyarakat massa). vs komunitas), namun media cenderung merespon kebutuhan informasi masyarakat massa yang lebih menguntungkan bagi industri media.

Begitu banyak kepentingan atau media massa yang ada tidak memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Tembikar (2004:3) menyebutkan bahwa masalah akses informasi merupakan masalah serius saat ini penting dalam hidup. Elit itu sendiri tingkat pendidikan dan kesejahteraan yang tinggi mendapatkan informasi yang mereka butuhkan agar lebih percaya diri (powerful). Sementara itu mayoritas masyarakat dalam keadaan sebaliknya.

Baran dan Davis (2000:12-13) juga menegaskan bahwa industri media telah memasuki era mass society dan mass culture. Hal ini ditandai oleh media yang mulai 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. Akibatnya media sibuk memenuhi kebutuhan elite tersebut yang lebih menjanjikan keuntungan secara finansial, sehingga kebutuhan informasi komunitas nonelite terabaikan.

Dalam menjelaskan permasalahan di atas, muncul konsep media komunitas, yaitu media nonkomersial yang diprakarsai oleh sekelompok orang dan digunakan oleh kelompok tersebut secara terbatas (dengan radius atau jarak transmisi yang terbatas). menerapkan informasi yang diperlukan. Transmisi tautan dibatasi hingga jarak maksimum 2,5 kilometer dari pemancar locator atau transmisi ERP (daya terpancar efektif) hingga 50 watt. Dengan adanya media komunitas ini, sekelompok orang lebih leluasa menggunakan media secara individu untuk kebutuhannya.

Sebagian besar media komunitas adalah media penyiaran. Alasan utamanya adalah biaya pemasangan dan pengoperasian yang rendah dan mudah digunakan. Sementara media cetak menuntut masyarakat untuk melek huruf, media radio tidak. Orang buta huruf pun bisa menikmati atau menggunakan media radio yaitu komunikasi radio sering dianggap sebagai pilihan untuk media komunitas. Dari latar belakang diatas peneliti merumuskan masalah yaitu, bagaimana Terealisasi Radio Komunitas sebagai Media Alternatif untuk Pemberdayaan Masyarakat? Dari permasalahan tersebut, maka penulis mengambil judul: "Radio Komunitas sebagai Media Alternatif untuk Pemberdayaan Masyarakat"

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif yaitu bentuk penelitian yang ditunjukan untuk mendeskriptifkan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah ataupun fenomena yang buatan manusia. Fenomena ini bisa berbentuk aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan yang lain. (Sukmadinata, 2006:72)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Radio komunitas yang merupakan radio milik sekumpulan komunitas tertentu memiliki arti penting untuk mengaktualisasi kepentingan atau kebutuhan informasi komunitas tersebut. Selama ini kebutuhan informasi komunitas yang bersifat unik dan spesifik tidak dapat dipenuhi oleh media massa mainstream; baik itu radio, televisi, surat kabar atau majalah. Media-media tersebut lebih berorientasi pada profit sehingga hanya mengekspose isu, peristiwa atau tokoh yang besar saja.

Media massa komersial selalu berorientasi pada keuntungan bisnis. Segala macam potensi yang ada dalam media tersebut, terutama ruang untuk media cetak atau waktu untuk

media elektronik, dimaksimalkan untuk memperoleh keuntungan bisnis. Maksudnya media-media tersebut hanya akan mengekspos isu-isu dan peristiwa-peristiwa besar yang menarik perhatian publik audience. Tujuannya hanya satu, yaitu menaikkan angka rating (jumlah pembaca atau penonton) yang akan menarik para pengiklan untuk memasang iklan di media tersebut. Semakin tinggi angka rating, maka akan semakin mahal tarif iklan dan semakin banyak pula iklan-iklan yang masuk.

Radio merupakan salah satu media praktis yang pemancarnya sangat mudah digunakan; bahkan untuk orang awam melalui pengarahan yang relatif singkat dan sederhana. Radio juga dapat dinikmati oleh semua lapisan masyarakat, termasuk kalangan buta huruf. Berbeda dengan media TV yang mudah dinikmati namun biaya perolehannya sangat mahal. Demikian pula, memperoleh media cetak membutuhkan operasi yang rumit dan audiens harus buta huruf.

Radio Komunitas dan Pemberdayaan Masyarakat Lokal

Pemberdayaan (empowerment) masyarakat menjadi salah satu aspek yang penting dalam pembangunan. Program pemberdayaan masyarakat sebaiknya tidak hanya menunggu program-program pembangunan yang dilaksanakan pemerintah, tetapi bagaimana seluruh masyarakat dapat berperan aktif memaksimalkan potensi yang dimiliki. Dengan demikian partisipasi masyarakat dalam pembangunan dapat diwujudkan melalui upaya-upaya menggali potensi yang ada di masyarakat.

Potensi-potensi yang dimiliki setiap masyarakat selalu berbeda-beda. Ada yang prospektif di bidang pertanian, perikanan, peternakan, kewirausahaan, perdagangan, kebudayaan dan sebagainya. Oleh karena itu, dibutuhkan sarana, prasarana, pengelolaan dan strategi yang berbeda. Istilahnya adalah berbasis lokal. Artinya adalah segala macam bentuk upaya terhadap suatu wilayah harus berdasarkan karakteristik lokal yang unik dan spesifik, di mana setiap daerah tidak dapat disamaratakan.

Semangat tersebut selaras dengan hadirnya radio komunitas. Radio komunitas hadir untuk memenuhi kebutuhan komunitas yang unik dan spesifik, yaitu memenuhi kebutuhan informasi komunitas yang tidak dapat dipenuhi oleh media massa pada umumnya (media mainstream). Ia hadir dalam komunitas yang kecil karena radius jangkauan siarannya hanya 2,5 km, tidak berorientasi pada bisnis dan bersifat independen "Dari komunitas, oleh komunitas, untuk komunitas".

Melihat karakteristik radio komunitas tersebut, sangatlah tepat jika radio komunitas dimanfaatkan untuk kegiatan yang positif, yaitu memberdayakan masyarakat lokal (komunitas); lebih dari sekedar fungsi hiburan atau relaksasi. Acara-acara (contents) radio komunitas dapat digunakan sebagai alat untuk menggali potensi yang ada dalam komunitas tersebut. Misalnya saja radio komunitas Radio Suara Kota Probolinggo yang ada di Kota Probolinggo.

Sebagai radio komunitas yang diprakarsai oleh warga masyarakat secara gotong royong, Radio Suara Kota Probolinggo (RSKP) berupaya memaksimalkan potensi radio tersebut untuk kepentingan masyarakat komunitasnya. Melalui dukungan dari para penggerak dan kelompok monitor yang aktif, ia hadir sebagai sarana warga komunitas mencoba mengenali dan memaksimalkan potensi yang ada dalam masyarakat tersebut melalui acara-acaranya. Acara Komunitas Radio RSKP berisi informasi-informasi yang harus diketahui dan harus disosialisasikan kepada masyarakat. Misalnya saja masalah kegiatan yang ada di Kota Probolinggo, pendidikan kampanye jam belajar masyarakat dan

pengumuman-pengumuman lainnya. Walaupun informasi-informasi seperti itu sudah disampaikan lewat media Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM), Pendidikan Kesejahteraan Keluarga (PKK) atau Dasa Wisma, dan media lainnya namun disampaikan lagi melalui radio secara berulang untuk memperkuat dan mengingatkan warga masyarakat.

Antusiasme masyarakat komunitas radio suara kota cukup tinggi, walaupun hanya mengandalkan potensi nara sumber lokal. Mereka aktif mengikuti siaran-siaran yang sifatnya adalah penambahan wawasan dan pengetahuan. Mereka juga aktif berinteraksi melalui telepon dalam acara-acara tersebut untuk mengajukan pertanyaan-pertanyaan. Bahkan mereka juga aktif berinteraksi dengan nara sumber di luar jam siaran jika ada sesuatu yang kurang jelas. Menariknya lagi, nara sumber pun bersedia melayani dengan suka rela, bahkan bersedia datang ke tempat warga yang membutuhkan penjelasan dan penerangan lebih lanjut mengenai sesuatu hal.

Konsep program radio suara kota tersebut memang ideal untuk menumbuhkan kehidupan masyarakat komunitas, namun dalam pelaksanaannya terdapat bermacam-macam keterbatasan sehingga harapan capaian yang ideal belum dapat dihasilkan. Kendala utamanya adalah masalah rutinitas siaran, pengisi siaran dan dampak siaran bagi masyarakat yang tidak terpantau dengan pasti untuk acara-acara yang bersifat membangun masyarakat komunitas.

Para penyiar radio komunitas masing-masing mempunyai kegiatan atau kesibukan sehingga sering tidak ada di tempat. Jika tidak ada pengganti, sering kemudian acara hanya diisi dengan lagu-lagu. Demikian pula halnya dengan para narasumber, mereka juga tidak dapat secara rutin siap mengisi siaran pada jam dan hari yang telah ditentukan. Kekosongan seperti ini pun juga sering akhirnya hanya diisi dengan siaran lagu-lagu yang sifatnya hiburan. Sehingga, dengan demikian jika diprosentasekan banyak acara yang bersifat hiburan. Peristiwa yang dianggap luar biasa dan diperlukan langkah-langkah antisipatif serta perlu segera disebarluaskan, maka radio komunitas segera dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Misalnya di bidang kesehatan, ketika memasuki wabah demam berdarah (DB) maka dokter puskesmas melakukan siaran di radio komunitas. Ketika terjadi wabah sapi lumpuh, dokter hewan yang ada di lingkungan komunitas radio juga segera melakukan siaran penyuluhan untuk melakukan langkah-langkah antisipasi.

Berdasarkan paparan hasil penelitian di atas, dapat dianalisa bahwa radio komunitas sangat ideal sekali dijadikan media sarana pemberdayaan masyarakat lokal yang unik dan spesifik. Pendengar Suara Kota sudah ada, walaupun penengarnya tidak terpantau secara pasti, karena yang penting media itu rutin. Kalau rutin selalu mengudara, maka akan selalu memiliki pendengar. Pertanyaannya mengapa radio itu tidak didengarkan? Jawabnya karena kadang-kadang siaran dan kadang-kadang tidak sehingga pendengarnya tidak jelas. Kalau siarannya jelas, pendengarnya jelas.

Radio komunitas menjadi satu kebersamaan komunikasi yang dibangun di mana sejarahnya mereka harus bersama-sama membangun radio komunitas. Satu ikatan emosi; ada yang memiliki potensi ekonomi, waktu luang dan sebagainya sehingga bisa mengudara. Peluang-peluang itulah yang harus diutamakan sehingga tidak muncul hal-hal seperti itu. Kalau hal ini sudah terbangun maka tidak ada lagi persoalan karena sudah ada yang membackup. Penyiar sudah ada karena merupakan bagian kekuatan dari komunitas.

Masalah waktu dan program dapat dibentuk bersama-sama karena menjadi bagian dari masyarakat komunitas itu sendiri, tetapi hal seperti itu tidak muncul dari komunitas. Media mainstream masih dijadikan acuan radio komunitas dengan pola-pola hiburan. Hal ini yang harus dirubah. Informasi dan pendidikan harus menjadi pokok. Bagaimana ini mengemasnya, kemudian programlah yang menjadi pokok utama.

Media massa komersial selalu berorientasi pada keuntungan bisnis. Segala macam potensi yang ada dalam media tersebut, terutama ruang untuk media cetak atau waktu untuk media elektronik, dimaksimalkan untuk memperoleh keuntungan bisnis. Maksudnya media-media tersebut hanya akan mengekspos isu-isu dan peristiwa-peristiwa besar yang menarik perhatian *public audience*. Tujuannya hanya satu, yaitu menaikkan angka rating (jumlah pembaca atau penonton) yang akan menarik para pengiklan untuk memasang iklan di media tersebut. Semakin tinggi angka rating, maka akan semakin mahal tarif iklan dan semakin banyak pula iklan-iklan yang masuk.

KESIMPULAN

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan; (a) Peran radio komunitas sebagai media siaran alternatif untuk pemberdayaan masyarakat lokal di Kota Probolinggo dapat dikatakan sudah maksimal disebabkan antusiasme masyarakat lokal sendiri yang sudah cukup banyak memanfaatkannya. Cerminannya adalah peran aktif kelompok monitor (pendengar aktif) dalam rutinitas operasional radio komunitas. Radio komunitas yang didukung aktif oleh kelompok monitor yang dapat memberikan peran pemberdayaan bagi warga komunitasnya. Aktif dalam hal menjaga rutinitas operasional siaran, menggali potensi dan masalah yang dihadapi warga komunitas dan mencari solusi permasalahan yang dihadapi warga komunitas.

Kemudian, Format radio komunitas dalam peranannya sebagai media siaran alternatif untuk pemberdayaan masyarakat lokal sudah lumayan untuk fokus pada format radio komunitas yang berbasiskan potensi lokal. Radio komunitas harus bisa memberikan nilai (value) kepada audience-nya dibandingkan jika mereka mengakses radio mainstream, apalagi terpaan media mainstream di wilayah Kota Probolinggo sudah cukup banyak dan variatif. Kebanyakan radio komunitas mengambil gaya-gaya (format) radio mainstream sehingga pesan-pesan sebagai radio komunitas tidak pernah tersampaikan.

Radio komunitas dijadikan media siaran alternatif untuk pemberdayaan masyarakat lokal di Kota Probolinggo karena media radio (media) mainstream yang berorientasi pada profit bisa memfasilitasi kepentingan lokal yang bersifat unik dan spesifik. Media mainstream selalu mengedepankan isu, peristiwa maupun tokoh yang besar yang memiliki nilai jual yang tinggi. Sementara itu kepentingan komunitas lokal adalah sesuatu yang dekat dengan kebutuhan, nilai dan permasalahan di tingkat lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] AliAzis, Muhammad, 2005, Pendekatan Sosio Kultural dalam Pemberdayaan Masyarakat, dalam Model-Model Pemberdayaan Masyarakat, editor Rr. Suhartini dkk, Pustaka Pesantren, Yogyakarta
- [2] Arsyad, Lincoln, Satriawan, Elan, Handoyo Mulyo, Jangkung, Fitradhy, Ardyanto, 2011, Strategi Pembangunan Perdesaan Berbasis Lokal, STIMYKPN Yogyakarta, Yogyakarta
- [3] Baran, Stanley J and Davis, Dennis K., 2000, Mass Communication Theory: Foundation, Ferment and Future, Wadsworth, Canada .

- [4] Crisell, Andrew, 1994, Understanding Radio, Roudledge, NewYork.
- [5] Denzin, Norman K dan Lincoln, Yvonna, 1994, Handbook of Qualitative Research, Sage Publications, London.
- [6] Gazali E, D Haenens L, Menayan V, Hidayat DN., 2003, A Middle Group for Public and Community Broadcasting in Indonesia, The European Journal of Communication Research, Volume 28, Number 4, December 2003.
- [7] Hikmat, Harry, 2010, Strategi Pemberdayaan Masyarakat, Humaniora Pustaka Utama, Bandung.
- [8] Isbandi, 2006, Eksistensi dan Peran Radio Komunitas dalam Mendukung Proses Demokratisasi dan Pemberdayaan Masyarakat, Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 4 Nomor 1, Januari-April 2006.
- [9] Kompas, edisi 28 September 2011.
- [10] Lincoln, Yvonna S and Guba, Egon G, 1985, Naturalistic Inquiry, Sage Publication, Beverly Hill.
- [11] Littlejohn, Stephen W., 1999, Theories of Human Communication, sixth edition, Wadsworth Publishing Company, California.
- [12] Neuman, W. Lawrence, 2000, Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches, fourth edition, Allyn and Bacon, Boston .
- [13] Rr Suhartini, A. Halim, Imam Khambali, Abd
- [14] Basyid, 2005, Model-Model Pemberdayaan Masyarakat, Pustaka Pesantren, Yogyakarta.
- [15] Soetomo, 2011, Pemberdayaan Masyarakat, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.