

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Radio merupakan media informasi dan komunikasi yang mempunyai peran penting dalam penyebaran informasi yang seimbang dan setimpal di masyarakat, memiliki kebebasan dan tanggung jawab dalam menjalankan fungsinya sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, kontrol serta perekat sosial. Radio dipandang mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi pendengar dan merupakan salah satu wahana informasi bagi khalayak. Radio secara umum berkembang sehat, terbukti dari kemampuan membuat program yang kreatif, teratur dan profesional. Radio mempunyai karakter tersendiri, itu dikarenakan radio adalah suara. Pencampuran antara kata, musik dan efek suara lainnya akan mempengaruhi emosi pendengar serta mengajak mereka berada di lokasi kejadian yang dikomunikasikan, dan kesemua itu dikenal dengan konsep *the theatre of mind* (Masduki, 2004 : 16).

Dilihat dari segi kajian komunikasi maka fungsi radio sebagai bagian dari media massa tidak banyak berubah. Fungsi pokok ini meliputi pengamatan atau pengawasan lingkungan (*surveillance of the environment*), korelasi dari berbagai bagian masyarakat guna menciptakan konsensus, sosialisasi atau pewarisan budaya dan fungsi hiburan. Bagi masyarakat, fungsi pokok radio dari waktu ke waktu adalah sebagai sumber informasi serta sarana komunikasi untuk mengamati

perubahan lingkungan yang langsung dapat mempengaruhi kehidupan khalayak

dalam (<http://spirafm.wordpress.com/radio-komunitas-akses-informasi-dan-kebijakan-publik/>). Dengan kata lain menjaga agar kebutuhan informasi dari komunitas-komunitas yang tak terlayani oleh penyiaran komersial maupun penyiaran publik, tetap dapat disediakan oleh Radio Komunitas.

Di Indonesia kemunculan radio komunitas Radio komunitas mulai berkembang pada tahun 2000. Radio komunitas merupakan hasil dari reformasi politik tahun 1998 yang ditandai dengan dibubarkannya Departemen Penerangan sebagai otoritas tunggal pengendali media di tangan pemerintah. Keberadaan radio komunitas di Indonesia semakin kuat setelah disahkannya Undang-undang nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran. Saat ini di Indonesia terdapat lebih dari 300 radio komunitas. Radio-radio komunitas tersebut tersebar di seluruh wilayah Indonesia yang sebagian di antaranya telah mengorganisasikan diri dalam organisasi Jaringan Radio Komunitas Indonesia (JRKI), Jaringan Independen Radio Komunitas (JIRAK CELEBES), dan lain-lain.

Dalam hal peran dan fungsinya, Radio komunitas sebagai salah satu bagian dari sistem penyiaran Indonesia secara praktek ikut berpartisipasi dalam penyampaian informasi yang dibutuhkan komunitasnya, baik menyangkut aspirasi warga masyarakat maupun program-program yang dilakukan pemerintah untuk bersama-sama menggali masalah dan mengembangkan potensi yang ada di lingkungannya. Seperti yang dikatakan oleh Iman Abda (Koordinator Bidang Jaringan dan Informasi JRKI) dalam <http://spirafm.wordpress.com/radio->

<http://spirafm.wordpress.com/radio-> akses informasi dan kebijakan publik/ keberadaa radio

komunitas salah satunya adalah untuk terciptanya tata pemerintahan yang baik dengan memandang asas-asas sebagai berikut :

a) Hak asasi Manusia

Bahwa kemerdekaan menyampaikan pendapat dan memperoleh informasi melalui penyiaran sebagai perwujudan hak asasi manusia dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara, dilaksanakan secara bertanggungjawab, selaras dan seimbang antara kebebasan dan kesetaraan menggunakan hak antarelemen di Indonesia.

b) Keadilan

Bahwa untuk menjaga integrasi nasional, kemajemukan masyarakat dan terlaksananya otonomi daerah maka perlu dibentuk sistem penyiaran nasional yang menjamin terciptanya tatanan system penyiaran yang adil, merata dan seimbang guna mewujudkan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia.

Pengelolaan, pengalokasian dan penggunaan spektrum frekuensi radio harus tetap berlandaskan pada asas keadilan bagi semua lembaga penyiaran dan pemanfaatannya dipergunakan untuk kemakmuran masyarakat seluas-luasnya, sehingga terwujud *diversity of ownership* dan *diversity of content* dalam dunia penyiaran.

c) Informasi

Bahwa lembaga penyiaran (radio) merupakan media informasi dan komunikasi yang mempunyai peran penting dalam penyebaran informasi yang seimbang dan setimpal di masyarakat, memiliki kebebasan dan tanggungjawab

dalam menjalankan fungsinya sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, kontrol serta perekat sosial.

Radio komunitas BBM (Balai Budaya Minomartani) merupakan pelopor atau perintis radio komunitas pertama di Yogyakarta (wawancara dengan pimpinan umum BBM, Bapak Surowo, tanggal 20 Agustus 2007). Sebagai pelopor banyak hal yang dapat kita pelajari dari Rakom BBM FM salah satunya adalah bagaimana Rakom BBM FM sampai sekarang ini masih tetap eksis berdiri dengan format sebagai Radio budaya di tengah gempuran radio-radio komersial (swasta). Radio komunitas BBM adalah radio yang memposisikan diri sebagai radio budaya yang mengaksentuasikan serta melestarikan nilai-nilai budaya masyarakat dan dalam hal ini budaya Jawa. Program acara-acara yang bernuansa budaya Jawa, secara rutin disiarkan. Radio komunitas BBM menyiarkan acara *macapatan, dagelan, lembar kasusatran, wayang, wasosan gurit* dan semua hal mengenai seni dan tradisi dalam budaya Jawa.

Radio dapat memainkan peran sebagai pelestari budaya lokal guna mengingatkan masyarakat terhadap akar dan sejarah budayanya sendiri sehingga tetap menjadi masyarakat yang berkarakter atau berbudaya. Suatu radio jika telah memposisikan diri dalam ruang lingkup tertentu, seperti memposisikan diri sebagai radio budaya maka format radio itu sendiri harus disesuaikan dengan budaya atau etnik lokal dimana radio itu berada. Bahasa pengantar, gaya penyampaian penyiar, programa siaran, dan sebagainya harus disesuaikan. Contohnya : radio yang mengangkat budaya atau etnik Jawa, maka bahasa

menggunakan budaya Jawa.

Radio komunitas BBM didirikan untuk menampung aspirasi masyarakat Yogyakarta yang masih mengedepankan khasanah lokal budaya Jawa. Namun diluar itu dengan adanya rakom BBM FM sangat membantu warga dalam hal informasi-informasi yang berkaitan dengan daerah setempat seperti informasi dari kabupaten, kecamatan dan kelurahan yang menyangkut masalah pedesaan. Dan warga masyarakat sangat terbantu dengan adanya rakom BBM FM. Semua yang tergabung dalam BBM (Balai Budaya Minomartani) terdiri dari warga komunitas dan warga budaya. Warga komunitas adalah semua warga yang ada di ruang lingkup Desa Minomartani dan sekitarnya, sedangkan warga budaya adalah orang-orang yang mempunyai komitmen terhadap seni dan budaya. Orang-orang yang mengaksentuasikan nilai-nilai budaya di Rakom BBM FM, dan mereka ini berasal dari berbagai tempat. Jadi tidak melulu orang yang ada di lingkup tertentu, dengan kata lain mereka yang tergabung dalam warga budaya adalah orang-orang yang benar-benar ingin melestarikan budaya dan panggilan batin mereka selalu memanggil untuk dapat menjalankan itu, oleh karena itu orientasi mereka bukan karena tujuan komersial semata tapi memang untuk melestarikan budaya yang merupakan akar nilai tradisi bangsa.

Ini juga yang menjadi salah satu alasan terkuat kenapa peneliti tertarik untuk menelitinya, untuk melihat bagaimana konsistennya orang-orang yang berada dalam lingkup paguyuban BBM untuk tetap menyuarakan panggilan jiwa dalam melestarikan akar tradisi mereka yang akan punah apabila tidak ada yang

satu suku bangsa. Ini merupakan hal yang menarik karena sangatlah sulit menemukan orang-orang yang mengabdikan hidupnya untuk kepentingan seni budaya dan mempunyai tujuan untuk tetap melestarikan dan mempertahankan akar kebudayaan yang mereka yakini.

Lokasi Radio komunitas BBM ada di Balai Budaya Minomartani, Tegalrejo RT 32/12 Mlandangan, Minomartani Ngaglik-Sleman DIY. Radio komunitas BBM mengudara di frekwensi 107.9 MHz salah satu area yang sudah ditentukan khusus untuk radio-radio komunitas dan jangkauan gelombang siarannya (*coverage area*) mencakup daerah Minomartani, Condongcatur, Depok Sleman dan sekitarnya, respon *audience* terhadap keberadaan Rakom BBM FM sangat baik, ini dilihat dari antusias masyarakat yang berpartisipasi di setiap acara yang disiarkan lewat line telepon (acara on air). Dalam setiap acara (keseluruhan program siaran) penelpon yang ikut berinteraktif lebih dari 20 orang. Seperti dalam acara *Lembar Kasusastraan* yaitu acara bincang sastra untuk menambah pengetahuan pendengar tentang kandungan mutiara budaya Jawa, dalam acara ini respon audience (warga masyarakat) rata-rata setiap minggunya disiarkan ada 25 penelpon yang ikut berinteraksi dalam acara tersebut. (wawancara dengan Ketua Rakom BBM FM, Bapak Musiyana tanggal 18 september 2007).

Dalam pembuatan program-program yang dapat mencirikan BBM FM sebagai rakom yang benar-benar eksistensi pada format budaya, rakom BBM FM selalu membuat perpaduan acara modern dan tradisional seperti pada tanggal 18 Oktober 2008 Rakom BBM FM dan Balai budaya Minomartani memfasilitasi suatu acara yang diberi judul "Gamelan satukan dua budaya". Acara ini menampilkan pertunjukan gamelan oleh tiga kelompok karawitan dari tiga Universitas yaitu, Universitas Gajah Mada, Universitas

Teknologi Petronas Malaysia (kutipan wawancara dengan Bpk Surowo tanggal 13 Desember 2008).

Rakom BBM FM selalu melibatkan warga dalam tiap acara off air. Tujuan melibatkan warga selain merupakan sebagian dari strategi yang dipakai dalam pelaksanaan program yang mendukung eksistensi format budaya yang diusungnya, agar warga ikut berpartisipasi juga dalam proses melestarikan budaya Jawa. Alasan Lain mengapa peneliti sangat tertarik untuk meneliti Rakom BBM FM ini, pertama karena Rakom BBM FM adalah perintis atau pelopor terbentuknya radio komunitas pertama di Yogyakarta. Yang kedua, hal yang sangat menarik dari Rakom BBM FM ini adalah bagaimana mereka tetap dapat mempertahankan eksistensi mereka dengan mengusung format radio budaya di jalur komunitas, melihat hal-hal yang unik yang diciptakan rakom BBM FM dalam upaya melestarikan budaya Jawa dan mensosialisasikan budaya tersebut kepada masyarakat. Terutama bagaimana mereka melakukan manajemen program dalam menentukan program yang dapat mencirikan BBM FM sebagai radio komunitas yang berformat budaya. Karena di BBM FM mengusung tema radio budaya bukan dengan *me-relay* acara-acara yang bersifat budaya saja, tetapi bagaimana menciptakan program acara budaya sendiri.

Salah satu hal yang sangat ironis dimana rakom BBM FM mengglobalkan Budaya Jawa lewat siaran-siarannya kepada masyarakat yang notabenehnya adalah masyarakat Jawa. Dan itulah yang terjadi sekarang apabila tidak ada kontrol dari budaya asal maka masyarakat akan cepat terbawa oleh arus komunikasi dan informasi budaya luar yang sangat kuat. Itulah alasan mengapa rakom BBM FM terpanggil untuk melestarikan budaya Jawa, masyarakat di Yogyakarta sekarang

berhadapan dengan tiga budaya yaitu : budaya lokal (Jawa), budaya nasional dan budaya global. Disinilah tantangan yang harus dihadapi oleh rakom BBM FM dalam usahanya melestarikan khasanah budaya lokal Jawa.

Untuk dapat menjadi radio yang tetap mengeksistensikan diri berformat budaya maka BBM FM melakukan suatu manajemen dalam penentuan program untuk menjalankan misinya tersebut. Salah satu contoh Rakom BBM FM megudarakan program acara yang menjadi favorit atau permintaan *audience* ini adalah salah satu strategi pengkomunikasian tujuan yang baik dimana, untuk berhasil mewujudkan misinya radio harus tahu kondisi lingkungan, dan apa yang terjadi di sekitarnya. Selain itu juga rakom BBM FM memiliki orang-orang yang mengabdikan dirinya untuk kepentingan kebudayaan.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Manajemen Program yang dilakukan oleh Radio Komunitas BBM (Balai Budaya Minomartani) dalam menentukan program berbasis budaya?
2. Bagaimana Radio Komunitas BBM (Balai Budaya Minomartani) memberikan proporsi untuk program-program acara yang berbasis budaya?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian bertujuan untuk :

1. Mengetahui bagaimana manajemen program radio yang berbasis

budaya di Radio Komunitas BBM (Balai Budaya Minomartani) dalam kaitannya untuk melestarikan budaya lokal melalui program siaran yang disajikan oleh Radio BBM

2. Mengetahui pemilihan proporsi program acara di rakom BBM dalam kaitannya dengan rakom BBM FM yang mengusung format budaya

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah perbendaharaan referensi di bidang ilmu komunikasi

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian dapat menjadi masukan bagi radio-radio komunitas Yogyakarta dalam melestarikan budaya Jawa

E. Kerangka Teori

1. Manajemen

Manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang ke arah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata. (DR Terry, Leslie, 2003:1). Dan Menurut Ahmad S Adnanputra dalam (Ruslan, 2003:109), strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (plan), sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*planning*), yang pada akhirnya perencanaan adalah sebuah

... Jadi dalam pencapaian suatu tujuan kita

harus mempunyai susunan rencana (plan) yang matang sehingga dapat meminimalisir kemungkinan terburuk yang terjadi.

James Stoner (1982:28) mengatakan bahwa manajemen adalah proses *perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian* usaha-usaha para anggota suatu organisasi dan penggunaan sumber daya lain yang ada dalam organisasi guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sementara itu di dalam *Encyclopedia of the Social Sciences* dikatakan bahwa manajemen adalah suatu proses, dengan proses mana pelaksanaan suatu tujuan tertentu diselenggarakan dan diawasi, dikutip dari (http://www.scribd.com/document_downloads/13124474?extension=pdf&secret_password=)

George R. Terry di dalam bukunya yang berjudul "*Principles of Management*" merumuskan bahwa fungsi-fungsi dasar manajemen itu terdiri dari *planning, organizing, actuating* dan *controlling*, dikutip dalam (<http://paperkulon.blogspot.com/2008/06/revitalisasi-fungsi-manajemen-poac.html>). Sedangkan menurut Luther Gullick yang dikutip dari (http://www.scribd.com/document_downloads/13124474?extension=pdf&secret_password=) mengatakan bahwa fungsi-fungsi dasar manajemen itu mencakup *Planning, Organizing, Staffing, Directing, Coordinating, Reporting dan Budgeting*.

Di media pun dibutuhkan suatu ilmu manajemen agar fungsi-fungsi media sebagai akses informasi dan komunikasi dapat berjalan dengan baik. Manajemen penyiaran adalah manajemen yang diterapkan dalam organisasi penyiaran, yaitu organisasi yang mengelola siaran. Ini berarti, manajemen penyiaran sebagai motor

1. Manajemen penyiaran dalam usaha pencapaian tujuan bersama melalui

penyelenggaraan siaran. Pada dasarnya proses perencanaan, produksi dan menyiarkan siaran merupakan proses transformasi yang ada dalam manajemen memiliki tahapan-tahapan pelaksanaan. Tahapan manajemen inilah yang harus disinkronkan dengan tahapan proses penyiaran dan setiap langkah harus selalu berorientasi kepada tujuan yang hendak dicapai. Dalam pengelolaan manajemen penyiaran, tiap tahap kegiatan sudah ada ketentuan-ketentuan yang harus dilakukan. (Wahyudi, 1994:46). Dalam media penyiaran radio proses *planning* Perencanaan jangka pendek ini harus dirinci berdasarkan skala prioritas, mana yang harus dikerjakan terlebih dahulu dan secara bertahap serta terencana melaksanakan tahap-tahap berikutnya sampai tujuan jangka pendek itu dapat tercapai sepenuhnya, perlu diadakan evaluasi untuk menyempurnakan langkah selanjutnya. (Wahyudi, 1994:71)

Menurut GR Terry dalam sukarna (1992:b2), yang dikutip dalam (http://pustaka.unpad.ac.id/wpcontent/uploads/2009/01/penerapan_fungsi_manajemen_media_masa.pdf) pelaksanaan adalah membangkitkan dan mendorong semua anggota kelompok agar berkehendak dan berusaha dengan keras untuk mencapai tujuan dengan ikhlas serta serasi dengan perencanaan dan usaha-usaha pengorganisasian dari pihak pimpinan. Penggerakan tanpa perencanaan tidak akan berjalan efektif dikarenakan dalam perencanaan itulah ditentukan tujuan, biaya, standar, metode kerja, prosedur, dan program.

Dalam dunia penyiaran, proses *controlling* akan lebih tepat bila dilakukan secara pengendalian oleh semua pimpinan di setiap tingkatan. Hal ini mengingat

... memiliki dampak sangat luas di masyarakat. Dengan kata lain

pengawasan preventif jauh lebih tepat untuk diterapkan. Kesalahan dapat diketahui secara dini dan diperbaiki sebelum materi itu disiarkan, akan jauh lebih baik bila kesalahan itu diketahui saat materi itu sedang disiarkan (Wahyudi,1994:97)

Maxinne and Robert seperti yang dikutip dalam (<http://ksm.mercubuana.ac.id/modul/42025-7-490653332880.doc>) mengatakan ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam suatu manajemen media atau yang harus dilakukan oleh seorang manajer media penyiaran :

- a) Mengawasi anggaran pendanaan
- b) Mengevaluasi ide-ide lokal untuk diproduksi sendiri
- c) Menganalisa apa yang diinginkan oleh khalayak

2. Radio

Radio merupakan salah satu media komunikasi massa yang memiliki kemampuan menjangkau khalayak yang luas dalam waktu bersamaan. Munthe (1996 : 11) mengatakan bahwa semua media massa mempunyai fungsi yang sama yaitu sebagai alat yang mendidik (fungsi edukatif), artinya pesan yang disampaikan dapat meningkatkan pengetahuan. Sebagai alat informasi (fungsi informatif), isinya berupa informasi agar khalayak dapat mengetahui dan memahami sesuatu. Sebagai alat menghibur (fungsi *entertainment*), artinya melalui isinya seseorang dapat terhibur, menyenangkan hatinya, memenuhi hobinya dan mengisi waktu luangnya.

ke masa di berbagai negara. Keberadaan radio yang menjalankan fungsi informasi kepada publik, menempatkan stasiun radio sebagai jalan raya bagi informasi bebas yang menguntungkan terhadap peningkatan di berbagai bidang kehidupan masyarakat. Sebuah stasiun radio membuka kesempatan kepada setiap orang untuk menyalurkan diri secara sosial, kultural, politis, dan spiritual. Hal ini berarti pula, menyiapkan sikap anggota masyarakat untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan.

Pendapat yang kurang lebih sama juga dikemukakan oleh Mc. Quail dalam Sutaryo (2005 : 149), bahwa fungsi radio sebagai media massa elektronik mampu menjalankan fungsi informatif, edukasi, integrasi dan empati, transmisi budaya meningkatkan aktivitas politik. Dalam konteks ini Mc. Quail menunjukkan sejumlah postulat teori yang intinya bahwa media seyogyanya melakukan fungsi positif bagi masyarakat dengan cara mensosialisasikan terhadap norma-norma yang diinginkan, pendidikan, informasi, motivasi, dan mobilisasi.

Kemampuan radio sebagai media massa elektronik yang relatif efektif dalam menyampaikan pesan-pesan atau informasi kepada pendengarnya, tentunya tidak terlepas dari faktor-faktor yang dimilikinya, yaitu adanya kekuatan daya langsung, daya tembus, dan daya tarik Effendi (1997 : 63). Kekuatan daya langsung radio berkaitan dengan penyusunan dan penyampaian pesan pada pendengarnya yang relatif lebih cepat. Suatu pesan yang disampaikan melalui surat kabar akan membutuhkan proses penyusunan dan penyebaran yang kompleks dan waktu yang dibutuhkan lebih lama, sedangkan radio dapat langsung disiarkan.

Peran penting dari radio adalah kemampuan dalam hal memberikan akses informasi bagi masyarakat sebagaimana juga akses terhadap pengetahuan tentang bagaimana cara berkomunikasi, informasi terkini dan terpercaya serta relevan untuk disebar luaskan secara kontinyu. Masyarakat pendengar diberi kesempatan untuk mengekspresikan diri mereka baik secara sosial, politik, budaya dan sebagainya. Dalam tataran yang demikian, sesungguhnya radio membantu menempatkan masyarakat secara proaktif dan cerdas serta bertanggung jawab dalam memecahkan masyarakatnya sendiri. Media radio berpotensi menjadi agen bagi budaya dominan dengan mengedepankan fungsinya sebagai media promosi.

Pertumbuhan radio-radio siaran pemerintah maupun non pemerintah yang bersifat komersial semakin banyak jumlahnya, sehingga perlu pengaturan yang jelas, bahkan pembatasan yang pernah dilakukan pemerintah mengarah pada upaya memeralat radio sebagai media untuk menyukseskan program-program pemerintah daripada sebagai media pendidikan dan hiburan. Radio merupakan salah satu media massa elektronik yang sangat populer sebelum adanya televisi. Popularitas radio sangat cepat karena radio mempunyai karakteristik sebagai media hiburan sehingga pemerintah menjadikan radio juga sebagai media informasi guna menyukseskan program-program pembangunan.

Seperti yang dikemukakan oleh Jefkins, (1996:101) mengenai karakteristik media radio yaitu :

a) Murah

Bagi *audience* radio bukan lagi barang mewah yang mahal dan suli

li. Nilai-nilai ini bila dibandingkan dengan membeli seperangkat medi

elektronik lain atau berlangganan media cetak. Bagi pemasang iklan di radio, biaya sewa atau pasang iklan di radio relatif lebih murah dibandingkan dengan media lain.

b) Ketajaman penetrasi

Sinyal yang kuat menyebabkan radio dapat mencapai pendengar yang banyak pada jarak yang jauh dalam wilayah yang sangat luas. Radio merupakan sarana terhandal untuk menjangkau orang-orang yang mungkin tidak mempunyai akses ke media lain. Selain itu radio juga dapat merangkul orang-orang yang buta huruf.

c) Waktu transmisi tidak terbatas

Program-program acara di radio biasanya disiarkan sepanjang hari dan bahkan hampir sepanjang malam sehingga memberikan keleluasaan dalam memilih waktu tayang iklan.

d) Suara manusia dan musik

Efek suara baik vokal maupun musical radio sebagai suatu sarana iklan yang hidup dan menarik iklan yang pasif dan statis (cetak).

e) Tidak memerlukan perhatian terfokus

Penyimak acara radio tidak memerlukan perhatian tunggal seperti bila kita membacakan surat kabar atau menonton televisi.

f) Teman setia

Banyak orang mendengarkan radio untuk mengusir rasa sepi dan menimbulkan kesan bahwa disampingnya ada sahabat setia. Hal ini disebabkan kehadiran radio yang lebih personal sehingga terasa adanya

hubungan akrab antara penyiar dan pendengar.

Adapun mengenai *formatting* suatu radio adalah penetapan format siaran yang sekaligus menjadi identitas yang merupakan image untuk membedakan dengan radio siaran yang lain. Identitas atau *image* yang dimiliki ini akan menentukan pula *positioning* yang dijalankan stasiun radio. Adapun pilihan format yang dipakai stasiun radio menurut Dominick, Sherman, Messere, (2001 : 170) menambahkan bahwa ada tiga kunci yang membuat format itu tepat, yaitu :

- 1) Mengidentifikasi dan melayani pendengar yang telah ditentukan. Identitas pendengar yang jelas digunakan sebagai pedoman dalam membuat program yang sesuai dengan kebutuhan mereka.
- 2) Melayani pendengar tersebut dengan lebih baik dari pesaing. Format yang dibidik sebuah radio selain dapat memenuhi kebutuhan pendengar melalui program yang disajikan juga harus disajikan lebih baik lagi dan menarik dari pada stasiun radio lain yang menjadi pesaing agar pendengar tetap *stay tune* pada frekuensi sebuah stasiun radio tersebut.
- 3) Menghargai (*to reward*) pendengar tersebut lebih lewat kegiatan *on air* maupun *off air* agar mereka menjadi konsumen yang konsisten bagi iklan produk jasa yang ditampilkan stasiun radio. Intinya adalah menghargai pendengar dengan menjaga hubungan baik melalui kegiatan-kegiatan yang dilakukan stasiun radio yang melibatkan pendengar agar mereka menjadi pendengar yang loyal.

Pada saat sekarang ini pertumbuhan dan perkembangan radio sangat pesat beragam radio muncul baik sebagai radio komersial maupun komunitas. Untuk radio komunitas perspektif dari UU No.32 tahun 2002 menegaskan bahwa:

Dalam Pasal 13 ayat (1) Jasa penyiaran terdiri atas :

- a. penyiaran radio; dan
- b. jasa penyiaran televisi

Pasal 13 ayat (2):

Jasa penyiaran sebagaimana dimaksud dalam ayat diselenggarakan :

- a) Lembaga Penyiaran Publik;
- b) Lembaga Penyiaran Swasta;
- c) Lembaga Penyiaran Komunitas; dan
- d) Lembaga Penyiaran Berlangganan.

Ihwal Radio Komunitas, Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002

tentang Penyiaran mengaturnya pada Bagian Keenam, yang terdiri atas empat pasal yakni, pasal 21 sampai dengan 24 yaitu :

- (1) Lembaga Penyiaran Komunitas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 ayat (2) huruf c merupakan lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia, didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen, dan tidak komersial, dengan daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya.
- (2) Lembaga Penyiaran Komunitas sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) diselenggarakan :
 - a. tidak untuk mencari laba atau keuntungan atau tidak merupakan bagian perusahaan yang mencari keuntungan semata; dan
 - b. untuk mendidik dan memajukan masyarakat dalam mencapai kesejahteraan, dengan melaksanakan program acara yang meliputi budaya, pendidikan, dan informasi yang menggam-barkan identitas bangsa.
- (3) Lembaga Penyiaran Komunitas merupakan komunitas nonpartisan yang keberadaan organisasinya:
 - a. tidak mewakili organisasi atau lembaga asing serta bukan komunitas internasional;
 - b. tidak terkait dengan organisasi terlarang; dan
 - c. tidak untuk kepentingan propaganda bagi kelompok atau golongan tertentu.

Dalam hal pendanaan radio komunitas sangatlah terbatas, ini dikarenakan adanya regulasi dari pemerintah yang telah mengatur jalur-jalur yang dapat ditempuh oleh radio komunitas dalam mencari pendanaan untuk radio komunitas itu sendiri. Seperti yang telah tercantum dalam pasal 22 Undang-Undang Penyiaran tahun 2002 yaitu :

Pasal 22

- (1) Lembaga Penyiaran Komunitas didirikan atas biaya yang diperoleh dari kontribusi komunitas tertentu dan menjadi milik komunitas tersebut.
- (2) Lembaga Penyiaran Komunitas dapat memperoleh sumber pembiayaan dari sumbangan, hibah, sponsor, dan sumber lain yang sah dan tidak mengikat.

Pasal 23

- (1) Lembaga Penyiaran Komunitas dilarang menerima bantuan dana awal mendirikan dan dana operasional dari pihak asing.
- (2) Lembaga Penyiaran Komunitas dilarang melakukan siaran iklan dan/atau siaran komersial lainnya, kecuali iklan layanan masyarakat.

Pasal 24

- (1) Lembaga Penyiaran Komunitas wajib membuat kode etik dan tata tertib untuk diketahui oleh komunitas dan masyarakat lainnya.
- (2) Dalam hal terjadi pengaduan dari komunitas atau masyarakat lain terhadap pelanggaran kode etik dan/atau tata tertib, Lembaga Penyiaran Komunitas wajib melakukan tindakan sesuai dengan pedoman dan ketentuan yang berlaku.

Berkaitan dengan masalah modal pendirian dan sumber pembiayaan,

sudah sangat jelas diatur pada pasal 21 s/d 23 yaitu sebagai berikut :

- a) tidak komersial – pasal 21 ayat (1)
- b) tidak untuk mencari laba atau tidak merupakan bagian perusahaan yang mencari keuntungan semata – pasal 21 ayat (2) butir a
- c) didirikan atas biaya yang diperoleh dari kontribusi komunitas – pasal 22 ayat (1)
- d) dilarang menerima bantuan dana awal mendirikan dan dana operasional dari pihak asing – pasal 23 ayat (1)

Perkembangan teknologi yang semakin pesat dan semakin meningkatnya jumlah dan mutu sumber daya manusia telah mendorong bermunculannya radio-radio swasta nasional dan radio-radio komunitas, baik di tingkat lokal, regional maupun nasional. Sebagai bagian dari media massa, radio juga berfungsi sebagai sumber informasi, sarana hiburan, dan pendidikan. Dilihat dari sejumlah radio yang ada, maka salah satu cara untuk menentukan keberhasilan stasiun radio adalah dengan mengemas program acara sesuai dengan identitas dan image radio tersebut untuk merangkul pendengar secara optimal.

Seperti pendapat Theo Stokin (1997 : 15), “Peran radio yang paling penting adalah sebagai alat untuk memproyeksikan identitas komunikasi melalui identitas inilah radio dapat menarik dan merangkul seorang pendengar”. Peran radio sebagai media komunikasi adalah memproyeksikan identitas, karena identitas merupakan ciri khas dari sebuah stasiun radio. Salah satu identitas radio adalah format stasiun itu sendiri. Selain itu melalui siarannya, radio dapat hadir ditengah-tengah masyarakat yang selalu disibukkan oleh rutinitas sehari-hari, sehingga kehadiran radio bisa memberi arti tersendiri bagi khalayaknya. Dengan demikian radio dapat menarik dan merangkul pendengar dengan sajian acara yang selalu hadir setiap saat.

3. Program radio

Sebelum membuat suatu program terlebih dahulu radio harus menentukan formatnya. Mengenai format stasiun radio Darmanto (2000 : 10) mengemukakan format stasiun digolongkan ke dalam tiga jenis yaitu :

- 1) Format berita (*news*) adalah format stasiun yang didominasi oleh siaran berita (*all news*) atau perbincangan mengenai berbagai peristiwa aktual (*all talk*) atau gabungan keduanya (*news and talk*).
- 2) Format Musik. Musik dan penamaannya disesuaikan dengan dominasi jenis musik yang disiarkan oleh stasiun penyiaran yang bersangkutan serta berorientasi pada kebutuhan target audiencenya. Beberapa jenis format stasiun yang unsur utamanya musik antara lain : TOP 40 CHR (*Contemporary Head Radio*), *Middle of the Road* (MOR), *Jazz Classic and Easy Listening*, *Classical Music Station*, *Etnic Station*.
- 3) Format Khusus adalah format stasiun yang dibentuk berdasarkan materi sebagai bahan sajian utama dalam keseluruhan program. Contoh format stasiun kategori khusus antara lain : budaya, sport, agama, dan wanita (*female*). Format khusus ini bersifat spesifik, yang mencirikan keseluruhan dari radio tersebut. Seperti contoh : radio yang memformatkan diri di jalur khusus dan lebih spesifik ke bidang kajian budaya maka, radio itu harus mempunyai arsitektur inti budaya baik tampilan fisik ataupun program-program yang disiarkan. Dengan kata lain radio yang berformat budaya haruslah membudaya dari semua yang menjadi keseluruhan radio seperti : penyiarannya harus menggunakan bahasa daerah setempat, dimana radio itu mengudara kemudian program siaran pun harus berada

program siaran itu mengandung unsur-unsur budaya yang berisi 1 lagu- lagu daerah setempat, kajian-kajian budaya setempat dan semua yang berhubungan dengan nilai-nilai budaya setempat.

Menyusun program radio berarti merancang dan menerapkan urutan mata acara ke dalam jatah waktu dan saat penyiaran (*slot*) (Louie, 2001:1), pembuatan program acara yang baik dalam artian susunan yang dimasukkan dalam *rundown* mata acara secara tepat dapat mempengaruhi citra dari radio itu sendiri. Dalam beberapa hal penyusunan program merupakan kumpulan keputusan yang menjadi bagian dari fungsi manajemen sebuah stasiun radio. Pada saat menyusun program, ada beberapa pertanyaan mendasar yang harus dijawab bunyinya seperti ini : (Louie, 2001:1)

- a) Berapa lamanya program yang disusun?
- b) Dari jam berapa hingga jam berapa stasiun radio mengudara?
- c) Mata acara apa saja yang akan disiarkan? Bentuknya?, judulnya?, pemandu acaranya?, durasi siarannya?, jadwal siarannya?
- d) Kepedulian apa yang ingin ditunjukkan oleh radio tersebut? Citranya?
- e) Bagaimana mata acara akan disusun?
- f) Program apa saja yang akan ditempatkan pada jam *prime time*?

Dalam radio komunitas penyusunan program dilakukan bersama partisipatoris, konsultasi dan urun gagasan yang cukup lama sangat berguna bagi perencanaan program. Hambatan yang berupa kepentingan tertentu,

pekerjaan, status ekonomi, ras dan sebagainya. Bagi kelompok masyarakat yang memiliki kesamaan berdasar kategori diatas, maka pada umumnya akan cenderung memiliki kesamaan perhatian. Atas dasar logika ini, maka sebuah stasiun radio membentuk format yang spesifik.

Format khusus menurut Darwanto (2005 : 10), bahwa format khusus adalah format stasiun yang dibentuk berdasarkan materi sebagai bahan dasar utama dalam keseluruhan program. Contoh kategori khusus antara lain : budaya sport, agama, dan wanita. Format siaran budaya lahir dari format etnik seperti yang didefinisikan oleh Budi Sayoga dalam Modul Program Siaran Radio (2005 29-30), format etnik mengkhususkan untuk membidik etnik tertentu sebagai pendengar utama. Pemilihan segmen pendengar dari demografi tertentu tersebut tercermin pula dari program-program siaran. Misalnya pendengar etnik madura maka program siaran yang diudarkan akan banyak diwarnai berbagai hal yang berkaitan dengan budaya madura

Karena kategori demografi yang dibidik adalah berdasarkan suku/ ras etnik tertentu, maka karakteristik pendengar format etnik cenderung bervariasi dalam usia, status sosial ekonomi, tingkat pendidikan, status perkawinan maupun jenis kelamin. Oleh karena itu dalam format etnik program acara siaran yang dibuat cukup bervariasi, semata-mata dimaksudkan untuk melayani pendengar demografi berdasar etnik tertentu.

Budi Sayoga, (2005 : 31), mengatakan kalau format etnik mengkhususkan untuk membidik etnik tertentu sebagai pendengar utama. Musik, isi, siaran dan lain-lain disesuaikan dengan budaya etnik pendengar yang dituju.

Sekarang ini format radio semakin beragam, baik itu dari musik yang dipilih, jenis berita, segmen pendengar yang dipilih, keagamaan ataupun penggabungan diantaranya yang lebih spesifik lagi. Format etnik muncul di Amerika tahun 1947 dengan kemunculan radio WDIA-AM di kota Memphis, yaitu sebuah stasiun radio yang khusus melayani khalayak pendengar kulit hitam atau negro

Jika suatu radio telah menentukan format radionya, maka siaran harus sesuai dengan format stasiun radio, misalnya jika suatu radio memposisikan sebagai radio etnik sunda maka program siaran, bahasa pengantar dan sebagainya disesuaikan dengan karakteristik budaya sunda. Di Yogyakarta ada beberapa Radio yang menyatakan diri mereka berbasis budaya, seperti Radio MBS FM, GCD FM, Retjo Buntung FM yang beroperasi di jalur radio swasta.

Dalam praktek di lapangan ada radio-radio yang menyatakan dirinya berformat budaya masih pada tataran sebagai saluran penyampaian informasi dan komunikasi untuk masyarakat. Ada juga yang arah orientasi radionya benar-benar untuk melestarikan nilai-nilai budaya (menggali nilai-nilai budaya) seperti Rakom BBM FM dan Pamor FM di jalur komunitas. (wawancara dengan Ketua Majelis Anggota JRKY tanggal 12 september 2007)

Radio yang benar-benar berformat budaya adalah radio yang dalam acara siarannya membahas mengenai budaya (inti budaya yang pertama adalah nilai, kedua perilaku, yang ketiga adalah seni atau artifak). Rakom BBM adalah salah satu radio yang menyatakan berformat budaya maka acara yang disiarkan dalam Rakom BBM FM adalah semua hal yang membahas unsur-unsur nilai budaya setempat dalam hal ini adalah budaya Jawa, siarannya berkarakter budaya. Inilah yang membedakan Rakom BBM FM dengan radio-radio yang berformat budaya

membahas tradisi/kebudayaan Jawa, dimana masyarakat tidak mendapatkan itu dari radio-radio lainnya.

Namun ada juga radio-radio yang menyatakan berformat budaya ini sebagai batu pijakan pertama, maksudnya ketika radio itu baru pertama didirikan belum tahu arah yang jelas disamping keadaan dana yang belum menentu, maka mereka membuat radio mereka berformat budaya dan mereka menganggap ini jalan pertama yang baik untuk mendapat perhatian dari masyarakat sekitarnya. (wawancara dengan Ketua Majelis Anggota JRKY, Surowo tanggal 12 september 2007).

Radio budaya yang ideal adalah radio yang benar memposisikan diri sebagai radio yang memiliki misi dan visi untuk kepentingan seni dan budaya, dan apabila sebuah radio telah memproklamkan diri sebagai radio budaya/etnik maka program-program acara harus disesuaikan, proporsi acara untuk kandungan seni dan budaya harus lebih banyak dari pada program acara global, menyesuaikan bahasa pengantar dan karakteristik dari budaya yang diangkat atau budaya etnik pendengar. Budi Sayoga, (2005:31)

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Disebut kualitatif karena sifat data yang dikumpulkan bercorak kualitatif, karena tidak menggunakan alat-alat pengukur. Metode kualitatif menghasilkan data-data deskriptif, dan mendeskripsi dalam bentuk kata-kata tertulis, lisan dari orang-orang, serta mengamati dari perilaku, motivasi, dan persepsi. Moleong, (2007: 6)

2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Yogyakarta dengan obyeknya adalah Radio komunitas BBM sebuah radio komunitas yang merupakan salah satu pelopor berdirinya radio-radio komunitas di Yogyakarta, berlokasi di Balai Budaya Minomartani, Tegalrejo RT 32/12 Mlandangan, Minomartani Ngaglik-Sleman DIY. Radio komunitas BBM mengudara di frekwensi 107.9 MHz, area coveragennya mencakup daerah Minomartani, Condongcatur, Depok Sleman dan sekitarnya,

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Obsevasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian (Hadari Nawawi, 1993 : 100). Menurut Guba Lincoln dalam Moleong, (2007 : 174) mengatakan bahwa dalam metode observasi penulis melakukan pengamatan langsung, mencatat data berdasarkan pada subjek, serta menuliskan berdasarkan keadaan sebenarnya. Dalam hal ini Penelitian mencatat apa yang sedang diteliti yaitu, bagaimana proses penentuan program siaran melalui strategi kreatif yang dilakukan Rakom BBM FM sehingga dapat menjalankan fungsinya sebagai Radio yang melestarikan khasanah budaya lokal Jawa, baik itu melalui program acara siaran atau kegiatan off air Rakom BBM FM.

b. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah setiap bahan baik tertulis maupun dalam

dalam penyiaran radio komunitas BBM. Moleong (2002: 166) menjelaskan bahwa dalam pengumpulan data peneliti bergerak dari informan kunci ke informan pendukung dan terus bergulir sedemikian rupa hingga tercapai titik *redundancy* (titik jenuh)..

Dalam penelitian ini pihak yang diwawancarai adalah pimpinan umum BBM bapak A. Surowo dan Ketua Radio BBM Bapak Musiyana ditempatkan sebagai narasumber primer. Sedangkan untuk narasumber sekunder yang diwawancarai adalah warga masyarakat setempat.

5. Teknik Analisis Data

Ian Dey (1993) seperti dikutip dalam Moleong, (2007:289) mengatakan bahwa inti dari analisis data dalam penelitian kualitatif terletak pada tiga proses yang berkaitan yaitu mendeskripsikan fenomena, mengklasifikasikannya, dan melihat bagaimana konsep-konsep yang muncul itu satu dengan yang lainnya berkaitan. Selanjutnya Matthew B. Miles dan Michael Huberman (1992) sebagaimana diterjemahkan oleh Tjetjep Rohandi Rohidi menjelaskan bahwa langkah analisis data adalah sebagai berikut :

a. Reduksi data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian atau penyederhanaan, pengabstrakan, transformasi data kasar yang muncul dari catatan lapangan. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan cara membuat ringkasan,

mengkode data, menelusuri tema dan membuat gugus-gugus. Proses transformasi ini akan berlangsung terus hingga laporan lengkap tersusun.

b. Penyajian data

Penyajian data merupakan upaya penyusunan sekumpulan informasi kedalam suatu matrik atau konfigurasi yang mudah dipahami. Konfigurasi yang demikian ini akan memungkinkan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Kecenderungan kognitif manusia adalah menyederhanakan informasi yang kompleks, ke dalam satuan bentuk yang dapat dipahami adalah cara utama untuk menganalisis data kualitatif yang valid. Penyajian ini bisa dengan matrik, grafik atau bagan dan dirancang untuk menggabungkan informasi.

c. Menarik Kesimpulan

Dari permulaan pengumpulan data, peneliti mulai mencari makna dari data-data yang telah terkumpul. Selanjutnya peneliti mencari arti dan penjelasannya kemudian menyusun pola-pola hubungan tertentu ke dalam satu kesatuan informasi yang mudah dipahami dan ditafsirkan. Data yang terkumpul disusun ke dalam satuan-satuan, kemudian dikategorikan sesuai dengan perincian masalahnya. Data tersebut dihubungkan dan dibandingkan antara satu dengan yang lainnya sehingga mudah ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari setiap permasalahan yang ada.

Kegiatan analisis data merupakan proses siklus yang interaktif. Peneliti akan melakukan reduksi data, penyajian dan kesimpulan secara bersamaan dan akan berlanjut dan berulang terus-menerus.

6. Triangulasi

Uji keabsahan data bertujuan untuk mencapai kredibilitas penelitian. Teknik pemeriksaan data yang akan digunakan adalah triangulasi data. Triangulasi data menurut Lexy Moleong (2002: 15), adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu di luar data sebagai perbandingan/pengecekan terhadap data. Keuntungan menggunakan triangulasi adalah dapat mempertinggi validitas data dan hasil penelitian. Cara yang dapat digunakan dalam triangulasi data dalam penelitian ini adalah dengan cara membandingkan dan mengecek derajat kepercayaan informasi yang dikumpulkan melalui waktu dan alat yang berbeda. Cara ini dapat ditempuh dengan jalan membandingkan data wawancara dengan hasil pengamatan. Triangulasi dengan sumber dapat dilakukan dengan membandingkan beberapa sumber data dengan metode yang sama