

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Karakteristik Radio Komunitas

.Radio komunitas bersifat independen, tidak komersial daya pancar rendah, luas jangkauan wilayahnya terbatas, dan untuk melayani kepentingan komunitas (Rachmiatie, 2007: 78). Menurut Estrada (seperti yang dikutip Rachmiatie, 2007: 78) fokus yang khas dari radio komunitas adalah membuat audiens atau khalayaknya sebagai protagonist (pemeran utama), melalui keterlibatan mereka dalam seluruh aspek manajemen dan produksi programnya, serta menyajikan program yang membantu mereka dalam pembangunan dan kemajuan sosial di komunitas mereka.

Dengan mengutip Girard (dalam Mufid, 2007: 76) mendefinisikan radio komunitas sebagai:

“Sejenis radio yang didirikan untuk melayani masyarakat, yang mendorong ekspresi dan yang berisi kultur lokal. Tujuan radio komunitas adalah untuk memberi suara, mereka yang tak dapat bersuara, yaitu kelompok-kelompok yang termarginalisasi jauh dari pusat kota, yang populasinya terlalu kecil untuk menarik stasiun komersial besar.... Radio komunitas juga bertujuan untuk memungkinkan komunitas untuk berpartisipasi dalam kehidupan stasiun. Bentuk partisipasi tersebut bisa dalam level kepemilikan, program, manajemen, direksi dan pembiayaan.”

Dalam Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 2, Nomor 2, Desember 2005 yang berjudul Perkembangan dan Problematika Radio Komunitas di Indonesia . “Komunitas” adalah pilihan dari sejumlah penyebutan lain untuk radio berbasis lokal dan non profit, diantaranya:

- a. Radio Alternatif, Alternatif dari dua model siaran yang hanya melayani propaganda Negara (state oriented) dan melayani kepentingan usaha (market oriented) melalui radio.
- b. Radio pendidikan, antithesis dari fungsi radio yang hanya mendiseminasikan informasi dan hiburan semata.
- c. Radio Swadaya, merujuk ciri khas radio yang mengandalkan sikap militansi, ketulusan dan independensi pengelolanya.
- d. Radio Komunitas, merujuk pada pemilikan dan wilayah orientasi yang melokal sebagai antithesis radio swasta yang meluas dan berjaringan.

Rumusan sejumlah lembaga seperti UNESCO dan jaringan radio komunitas Indonesia menyebut dua makna yang melekat pada radio komunitas, yaitu geografis dan partisipasi. Makna pertama diukur menurut radio frekuensi yang dibatasi minimal 100 watts. Makna kedua merujuk secara kuantitatif dan kualitatif berupa terlibatnya warga komunitas sejak pendirian hingga operasional siaran (Masduki dalam Jurnal Komunikasi “Perkembangan dan Problematika Radio Komunitas di Indonesia”. Volume 2, Nomer 2, Desember 2005: 148).

Dalam pendirian radio komunitas urgensinya harus mengacu pada dua aspek yaitu: 1) jaminan keberadaan komunitas secara permanen di lingkup batas geografis tertentu yang bersedia aktif dalam mengelola radio. 2) peluang partisipasi setiap individu di komunitas setara baik dalam pemilikan, produksi siaran maupun selalu pihak pendengar yang harus terlayani hak dan kepentingannya. Semakin kecil cakupan geografis radio banyak individu yang terlayani sebagai subyek siaran, covering isu-isu lokal merata. Radio yang luas cakupan siarannya cenderung elitis dan makin sulit dikontrol oleh tiap individu pendengar. (Masduki dalam Jurnal Komunikasi “Perkembangan dan Problematika Radio Komunitas di Indonesia”. Volume 2, Nomor 2, Desember 2005: 149).

Lima karakteristik radio komunitas dalam konteks sosial, yaitu:

- a. Ia berskala lokal, terbatas pada komunitas tertentu.

b. Ia bersifat partisipatif atau memberi kesempatan setiap inisiatif anggota komunitas tumbuh dan terampil setara sejak perumusan acara, manajerial, hingga kepemilikan.

c. Teknologi siaran sesuai dengan kemampuan ekonomi komunitas bukan bergantung pada bantuan alat pihak luar.

d. Ia dimotivasi oleh cita-cita tentang kebaikan bersama dalam komunitas bukan mencapai tujuan komersial.

e. Selain mempromosikan masalah-masalah krusial bersama, dalam proses mencari solusinya (Tabing dalam masduki dalam jurnal komunikasi “Perkembangan dan Problematika Radio Komunitas di Indonesia”. Volume 2, Nomor 2, Desember 2005: 150).

Secara umum, peran dan fungsi media komunitas merujuk pada tugas atau kewajiban yang harus dijalankan oleh lembaga media komunikasi dan informasi di tengah-tengah komunitasnya. Selain itu, fungsi media komunitas juga merujuk pada manfaat yang dirasakan atau diperoleh semua pihak yang terlibat. Namun, manfaat yang sebesar-besarnya harus dirasakan warga komunitas setempat. Fungsi sosial radio digambarkan sebagai alat pendidik, alat penerangan, dan alat hiburan (Mufid, 2007: 39)

Pada umumnya tujuan media penyiaran menurut Peter Pringle (dalam Suprpto, 2011: 154) dapat dibagi dalam tiga hal yaitu, tujuan ekonomi, tujuan pelayanan dan tujuan personal. Tujuan ekonomi adalah menyangkut hal-hal yang tertuju pada target pendapatan, target keuntungan, target pengeluaran dan target rating yang ingin dicapai. Tujuan pelayanan adalah penentuan program yang dapat memenuhi minat dan kebutuhan informasi audien, sekaligus peran media di tengah masyarakat. Tujuan personal adalah tujuan individu yang bekerja pada media penyiaran bersangkutan.

Berdasarkan pengalaman di Negara berkembang, komunikasi pembangunan untuk menjangkau masyarakat lebih luas dengan menggunakan radio dan televisi. Radio merupakan media yang cukup strategis digunakan untuk motivasi, member informasi, pendidikan, dan mengubah perilaku, terutama di Negara yang penduduknya memiliki penghasilan kecil. Oleh

karena itu, radio dianggap teknologi komunikasi yang murah dan sederhana sehingga bisa menjangkau penduduk di pedesaan.

Kegunaan dan fungsi media komunitas tidak sama dengan fungsi media konvensional yang selama ini di kenal, yaitu untuk informasi, edukasi, pengarah, kontrol sosial, dan hiburan. Media komunitas memiliki kegunaan yang khas sesuai dengan karakteristik yang dimilikinya. Selanjutnya dilihat dari sudut pandang kepentingan nasional, media komunitas tidak merugikan media swasta yang ada saat ini. Manfaat penyiaran komunitas bagi penyiaran nasional bersifat positif sesuai apa dengan pembahasan Ishadi (2004) yang menyebutkan bahwa kehadiran media komunitas secara fisik adalah: dapat mengisi blank spot penyiaran, bisa menjadi pendukung dari penyiaran nasional, dapat menjadi sumber dari acara-acara yang diangkat pada tataran lokal maupun nasional.

Kekuatan dan kelebihan media komunitas untuk mempengaruhi pendengarnya itu disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu:

a. Penyajian informasi lebih bersifat interaktif (radio) dengan keterlibatan khalayak sasaran dengan pengelola dalam aktivitas on air dan off air cukup tinggi.

b. Adanya faktor kedekatan (*proximity*) baik secara fisik di manapun studio radio berada dalam lingkungan tempat tinggal mereka maupun secara psikis yang menyiarkan informasi yang lebih sesuai dengan kebutuhan mereka.

c. Memenuhi rasa keingintahuan anggota komunitas tentang peristiwa yang terjadi di dekatnya sehingga mereka tidak merasa ketinggalan informasi apabila berkomunikasi dengan anggota lainnya (Rachmattie, 2007: 55,57-58).

Pendengar radio pada umumnya adalah pasar, dan program yang disajikan adalah produk yang ditawarkan dan merupakan wujud persaingan media massa (Morissan, 2008:165). Tetapi dalam radio komunitas yang disebut audiens adalah komunitas itu sendiri karena radio komunitas adalah radio yang didirikan dari dan untuk komunitas. Komunitas dapat merupakan masyarakat yang ada di sekitar radio komunitas, seluruh orang yang mampu mendengarkan siaran dari radio komunitas.

Pendengar radio komunitas diartikan dengan lebih sederhana oleh Rachmiate (2008: 71) bahwa komunitas dapat diartikan khalayak yang terbentuk pada batasan geografis tertentu dan memiliki identitas yang sama atau minat/ kepentingan/ kepedulian terhadap hal yang sama. Pada radio komunitas yang daya pancarnya hanya 5 km, audien yang mendengarkan program radio ini hanyalah masyarakat yang ada di sekitar wilayah radio komunitas itu saja. Sehingga segmentasi dan targeting audien menjadi lebih sempit dan lebih sederhana bahkan mungkin hampir tidak ada sama sekali, karena sebuah radio komunitas memang terbentuk dari sebuah komunitas atau khalayak dan untuk komunitas.

1. Radio Love Jogja Fm

a. Sejarah Radio Komunitas Love Jogja Fm

Radio Love JogjaFm merupakan radio komunitas warga kristiani di Yogyakarta. Melihat populasi masyarakat kristiani cukup besar di Yogyakarta maka Samuel Rachmat Subekti tergerak untuk mendirikan sebuah radio komunitas Kristiani. Pendiri anini untuk menguatkan iman dan menjalin kebersamaan umat Kristiani di Yogyakarta. Radio Love Jogja FM berada pada Frekwensi / Kanal 107.9 Mhz. Jangkauan Siaran Radio Love Jogja FM hanya mencangkupi kawasan Mrican dan sekitarnya. Radio Love Jogja FM beralamat di Jl. Tunggorono 5 Mrican Demangan Yogyakarta

b. Visi Dan Misi Radio Love Jogja Fm

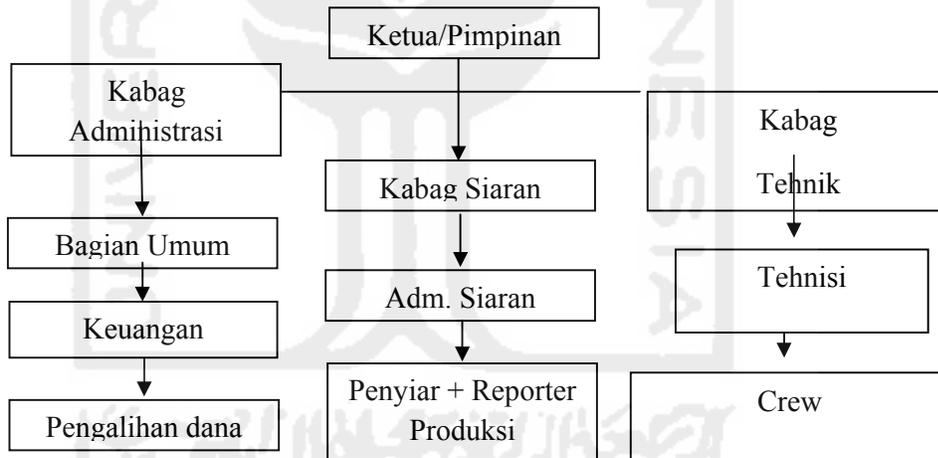
- 1) Visi : Memberikan informasi dan hiburan lewat bidang penyiaran khususnya bagi komunitas masyarakat Kristiani
- 2) Misi : Membawa pengaruh yang positif bagikomunitas Kristiani lewat informasi dibidang kerohanian, pendidikan dan kesehatan anak, kaum muda dan keluarga.

c. Logo Love JogjaFm



Gambar 2.1
Logo Love JogjaFm

d. SusunankeorganisasianLove JogjaFm



e. Kondisi Kantor Love JogjaFm



Gambar 2.2
RuangSiaran Love JogjaFm



Gambar 2.3
Kondisi saat siaran Love Jogja Fm

2. WijayaFm

a. Sejarah Radio Komunitas WijayaFm

Radio komunitas widjaya Fm Terbentuk dari berkumpulnya pemuda dengan wadah Karang Taruna Desa, Sehingga Widjaya Fm awalnya adalah penyampai informasi kegiatan kepemudaan di lingkup masyarakat Wedomartani atau dalam jangkauan penyiarnya. Berdirinya karangtaruna Parikesit ini tidak lepas dari dukungan 50 karang taruna sub unit yang ada di wilayah desa Wedomartani Ngemplak Sleman Yogyakarta. Karena kepengurusannya dibentuk dari perwakilan pengurus Karang Taruna Sub Unit Desa Wedomartani.

Untuk menunjang program kegiatan karangtaruna Parikesit, pada saat ini sangat diperlukan sarana sebagai penyampai informasi yang mendidik, berikut informasi penting lainnya. Penyampaian informasi diharapkan bernuansakan hiburan, sehingga diharapkan masyarakat khususnya pemuda akan tertarik untuk menindaklanjuti informasi positif yang kita sampaikan. Dengan demikian mendirikan unit kegiatan dalam bentuk radio komunitas merupakan salah satu cara yang tepat untuk penyampaian informasi tersebut.

b. Visi Dan Misi Wijaya Fm

1) Visi :

Meningkatkan kualitas sumber daya manusia, dengan mengedepankan misi sosial serta potensi yang ada demi mewujudkan kesejahteraan masyarakat melalui kegiatan penyiaran.

2) Misi :

- a) Penyampai informasi dan berita aktual untuk komunitasnya
- b) Menumbuhkan semangat untuk berkarya dalam masyarakat
- c) Meningkatkan pemberdayaan seluruh potensi yang ada yang mengarah pada percepatan perubahan kearah yang lebih maju
- d) Membantu masyarakat dalam penginformasian kegiatan sosial, ekonomi , budaya , pendidikan dan informasi lainnya

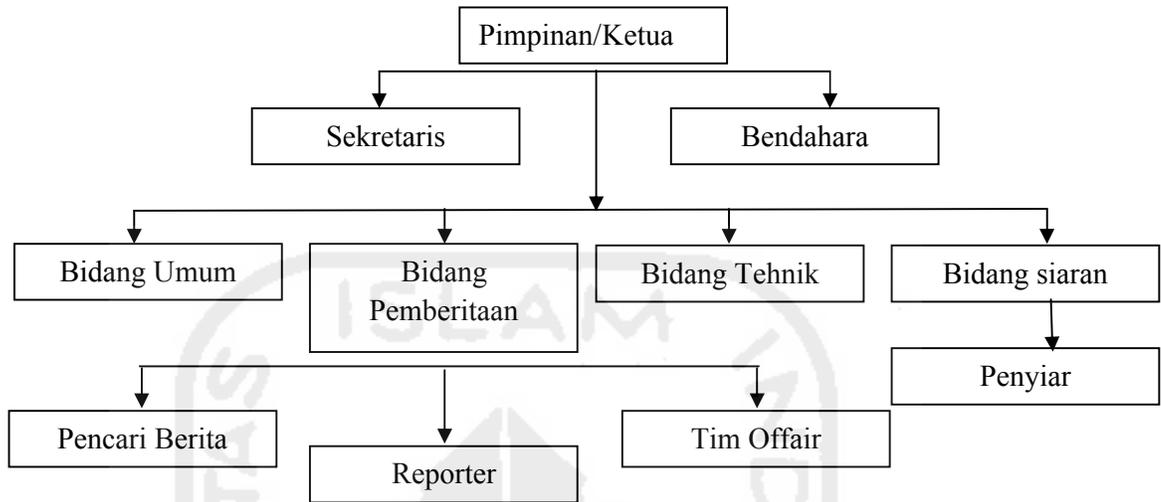
e) Sarana pembelajaran bagi masyarakat untuk berkreasi menghasilkan karya-karya besar

c. **Logo Love JogjaFm**



Gambar 2.4
Logo WijayaFm

d. SusunanKeorganisasianWijayaFm



Gambar 2.5 susunan organisasi Wijaya Fm

e. KegiatanWijayaFm



Gambar 2.6

RuangSiaranWijayaFm



Gambar 2.7

Bagian Depan Kantor Wijaya Fm