



Karakter, Peliputan, dan Bahasa Radio Serta Radio Komunitas dan Radio Komersial

Winda Kustiawan, Elvira Zahra, Cindy Satika Lesmana, Sophia Lajuba, Nandini, Vira Nabila, Intan Farinnisa, Abdi Verdiansyaf, Abdul Rahman, Muhammad Hafiz Sapriadi, Farhan Sauqi Abdi Harahap, Dimas Siswanda

^{1,2,3,4}Program Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
 *e-mail :

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Diterima: Tgl.18, Bln. 07, Thn. 2022

Disetujui: Tgl. 28, Bln. 10, Thn. 2022

Kata kunci:

Radio;
 Radio komunitas; Radio komersial

ABSTRAK

Abstract : *Radio is a one-way mass media whose role is to disseminate information (news, information and entertainment) to a wide audience. Radio came long before the media became the mass communication medium it is today. There are several types of radio such as public radio, private radio, community radio and subscription radio. In this study, only community and commercial radio will be discussed. Community radio is a community radio station that is held specifically for local residents in certain areas, areas or areas, and contains programs that are primarily characterized by local content, and are processed and managed by local residents. Meanwhile, commercial radio is a station that is more oriented towards the broadcasting industry that produces or makes a profit. In this modern era, it feels like radio doesn't exist anymore and is old school. But without us knowing, radio continues to evolve with the times. Radio in this era, in this all-digital era, keeps up with the times. The programs offered also vary from time to time, with more creative content. Each region also has many broadcast channels. In this era of modern technology and advanced technology, Gen Z needs education and a deeper interest in developing radio to keep up with the times. Because otherwise, whenever faster-duration radio would be in the name would just be history.*

Abstrak: Radio merupakan media massa satu arah yang berperan menyebarkan informasi (berita, informasi dan hiburan) kepada khalayak luas. Radio datang jauh sebelum media menjadi media komunikasi massa seperti sekarang ini. Terdapat beberapa jenis radio seperti, radio publik, radio swasta, radio komunitas dan radio berlangganan. Pada penelitian ini, hanya akan dibahas radio komunitas dan komersial. Radio komunitas adalah Stasiun radio komunitas yang diselenggarakan khusus untuk penduduk lokal di wilayah, kawasan atau wilayah tertentu, dan memuat program-program yang berciri utama muatan lokal, serta diolah dan dikelola oleh penduduk setempat. Sedangkan radio komersial adalah stasiun yang lebih berorientasi pada industri penyiaran yang menghasilkan atau menghasilkan keuntungan. Di era modern ini, rasanya radio sudah tidak ada dan jadul. Namun tanpa kita ketahui, radio terus berkembang mengikuti perkembangan zaman. Radio di era ini, di era yang serba digital ini, mengikuti perkembangan zaman. Program yang ditawarkan juga bervariasi dari waktu ke waktu, dengan konten yang lebih kreatif. Setiap daerah juga memiliki banyak saluran siaran. Di era teknologi modern dan teknologi canggih ini, Gen Z membutuhkan pendidikan dan minat yang lebih dalam mengembangkan radio untuk mengikuti perkembangan zaman. Karena jika tidak, kapan pun radio berdurasi lebih cepat akan ada dalam nama hanya akan menjadi sejarah.

Pendahuluan

Radio merupakan salah satu media massa yang erat kaitannya dengan masyarakat. kebutuhan masyarakat akan informasi, hiburan, dan pendidikan bisa didapatkan melalui radio. Radio sebagai media komunikasi massa yang efektif dalam penyebaran informasi, berbagai informasi dapat disampaikan melalui audio, jelas dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat umum. Radio juga menimbulkan ketergantungan sosial, masyarakat tidak terlepas dari kebiasaannya mendengarkan radio yang dapat memuaskan para pendengar. Radio sangat praktis, orang bisa mendengarkan radio kapan saja dan dimana saja. Beberapa stasiun radio memiliki keunikan tersendiri dalam menyiarkan atau berkomunikasi secara individual untuk membangkitkan minat dari banyak orang.

Metode

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif Deskriptif. Yaitu penelitian yang dideskripsikan melalui tulisan dan kata-kata. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan studi literatur mencari sumber dari isi penelitian berdasarkan buku-buku, jurnal dan segala dokumen yang mendukung penelitian.

Hasil Dan Pembahasan

A. Karakter Radio

Radio memiliki karakter yang sama dengan media komunikasi massa lainnya yaitu publisitas, universalitas, kontinuitas, dan aktualitas. Inilah beberapa karakter dari radio :

1. Auditif. Auditif merupakan karakter yang paling utama pada radio. Auditif dapat disebut juga dengan auditori memiliki arti yaitu suara. Karakter ini menunjukkan bahwa siaran radio hanya bisa didengarkan dan bersifat audio.
2. Theatre of Mind. Karakter yang kedua ini menciptakan gambar dalam imajinasi atau khayalan pendengar melalui suara. Pendengar hanya bisa membayangkan melalui imajinasinya tentang apa yang disampaikan oleh si penyiar tersebut.
3. Transmisi. Karakter radio yang satu ini sama halnya seperti televisi. Dalam proses penyebarluasannya menggunakan pemancar, yang diterima oleh pesawat radio sesuai dengan gelombang dan frekuensi dari setiap radio.
4. Mengandung gangguan. Karena radio menggunakan sinyal pemancar jadi gangguan yang biasa terjadi seperti gangguan teknis atau yang sering disebut "channel noise factor".
5. Identik dengan musik. Karena radio bersifat audio dan hanya bisa mendengarkan suara, salah satu sarana yang paling sering dilakukan penyiar adalah dengan memutar sebuah musik yang sedang hitam agar dapat menarik minat pendengar lainnya.
6. Memiliki pendengar khas. Radio memiliki pendengar dengan ciri - ciri sebagai berikut: Heterogen (terdiri dari orang yang berbeda - beda seperti ras, agama, usia, suku dan banyak lainnya), Pribadi. Pendengar radio adalah individu - individu, Aktif. Pendengar radio berpikir, serta bebas menilai dari apa yang didengarkannya, Selektif, Pendengar dapat dengan bebas memilih frekuensi mana yang ingin didengarkannya sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

B. Peliputan Radio

Peliputan

Peliputan dalam bahasa Inggris dapat di sebut Sebagai Reputase yang berasal dari kata "Report" yang makna nya melaporkan atau memberitakan. Peliputan juga berarti melihat atau menerangkan sesuatu hal yang di lihat. Sedangkan menurut padangan seorang wartawan, peliputan yakni melihat sebuah peristiwa dan menuangkannya dalam sebuah tulisan sehingga nantinya akan menjadi suatu informasi atau berita .

Jadi peliputan ialah langkah-langkah dalam mencari, dan menggali Informasi yang nanti nya akan di gunakan sebagai bahan berita.untuk melakukan kegiatan peliputan seseorang khususnya jurnalis harus mampu menonjolkan bagian hal yang paling menarik ,hal ini lebih membutuhkan ide dan tingkat kreatifitas dalam mengembangkan sumber berita yang telah di dapatkan .

Sedangkan Radio adalah alat komunikasi masa yang menggunakan lambang komunikasi yang

berbunyi, perlu kita ketahui pemancar radio yang sedang in operation tetapi tidak membawa pengaruh apa apa pada pendengar atau audiens di sebabkan jikalau gelombang gelombangnya tidak di muati sesuatu yang berarti, baik itu berupa sinyal, kata kata yang di ucapkan penyiar, maupun nada nada dan sesuatu yang berirama.

Ada beberapa langkah yang perlu di persiapkan, sebelum melakukan liputan antara lain, mempersiapkan Kerangka berfikir berupa daftar pertanyaan apa yang akan di tanyakan kepada narasumber, Menguasai Topik pembicaraan agar ketika turun ke lapangan dan melakukan wawancara langsung akan terasa lebih Mudah untuk menjalankan wawancara wawancara tersebut.

Teknik Peliputan Meliputi tiga hal yaitu :

1. Observasi yaitu wartawan langsung datang ke lokasi kejadian, mengamati dan kemudian mengumpulkan data kejadian yang diliputnya tersebut.
2. Penggunaan Alat Bantu Perekam (*Recorder*)
3. Penggunaan Media Elektronik *transmitter edition*.

Teknik Peliputan Menggunakan Media Radio :

Dalam menyampaikan berbagai informasi atau hal lainnya, penyiar radio harus memiliki teknik seni bicara (*art of talking*) di depan mikrofon. Penyiar juga harus mampu membawa suasana untuk mengobrol atau menyampaikan Hasil liputan, ada 3 prinsip dasar siaran radio, yaitu:

- a. *Visualize*, artinya membayangkan gambaran khayalan bahwa seorang penyiar sedang berbicara langsung dengan pendengarnya. Karena ia harus berbicara seperti mengobrol dengan si pendengar.
- b. *Talk to one person*, artinya membayangkan penyiar sedang berbicara langsung dengan pendengar, seperti berbicara antar pribadi tanpa membayangkan visualisasinya.
- c. *Smile*, meskipun pendengar tidak ada di depan penyiar, tetapi penyiar harus bisa berbicara sambil tersenyum.

Ada juga beberapa cara dalam penyiaran liputan radio yakni :

- a. *Ad Libitum*, *Ad Libitum* adalah pendekatan penyiaran radio yang melibatkan berbicara tanpa naskah, tidak Tergesa-gesa, bebas, dan sesuai dengan preferensi seseorang (*ad libitum* berarti berbicara sesuka hati, seperti yang diinginkan, seperti yang diinginkan).
- b. *Script Reading*, menggunakan atau membaca naskah siaran (*script*) yang telah mereka persiapkan sendiri atau dengan bantuan penulis naskah siaran adalah teknik siaran radio yang dikenal sebagai "pembacaan naskah". Mengucapkan naskah dengan lantang saat menggunakan pendekatan penyiaran radio ini disebut sebagai "bacaan lisan" (membaca seperti anda sedang berbicara)

C. Bahasa Radio

Bahasa merupakan salah satu ciri yang membedakan manusia dengan hewan. Bahasa salah satu alat komunikasi yang di gunakan oleh manusia. Dan bahasa salah satu yang terpenting untuk menyampaikan sebuah pernyataan, harapan, keinginan dan lainnya. Chaer berpendapat bahwa bahasa adalah alat komunikasi dan alat interaksi yang hanya dimiliki oleh manusia, dengan demikian dapat dikatakan bahwa makhluk hidup yang lain tidak memiliki bahasa sebagai alat komunikasi. Manusia membutuhkan sebuah hubungan yang harmonis dengan manusia lain untuk itu bahasa menjadi modal awal untuk berkomunikasi.

Seorang penyiar radio akan memilih bentuk bahasa yang digunakan dalam berkomunikasi dengan pendengarnya dengan memperhatikan kesesuaian antara fungsi dan situasinya. Sebagian besar penyiar radio dalam membawakan acara-acaranya menggunakan bahasa Indonesia tidak baku. Hal itu terjadi karena bahasa seorang penyiar radio sering menggunakan bahasa tanpa memperhatikan kaidah-kaidah yang berlaku, dengan kata lain penyiar menggunakan bahasa mereka sendiri saat menyampaikan informasi. Penyiar radio yang berbahasa ibu bahasa daerah tentu menggunakan bahasa daerah untuk berkomunikasi di dalam keluarganya. Lain halnya pada saat penyiar bertugas sebagai penyiar radio yang akan menggunakan bahasa Indonesia sebagai alat komunikasinya. Dalam penggunaan bahasa Indonesia pun penyiar memilih bahasa yang sesuai dengan situasi bahasa yang dipakai oleh penyiar radio adalah bahasa yang sangat menarik untuk diteliti. Dikatakan demikian karena bahasa ini sangat jelas dan asli.

Seorang penyiar radio dituntut untuk cakap dalam menggunakan bahasa, dalam hal ini bahasa sepihak aktif tanpa mengaburkan amanat yang seharusnya tersampaikan. Bahasa penyiar adalah bahasa yang sangat Komunikatif, dengan demikian seorang penyiar radio harus pandai berbicara dengan bahasa

yang mudah dipahami oleh masyarakat pendengarnya. Bahasa yang dipakai oleh penyiar radio adalah bahasa yang sangat menarik untuk diteliti. Dikatakan demikian karena bahasa ini sangat jelas dan asli. Seorang penyiar radio dituntut untuk cakap dalam menggunakan bahasa, dalam hal ini bahasa sepihak aktif tanpa mengaburkan amanat yang seharusnya tersampaikan. Bahasa penyiar adalah bahasa yang sangat komunikatif, dengan demikian seorang penyiar radio harus pandai berbicara dengan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat pendengarnya.

Yang dimana bahasa radio itu ialah bahasa yang mudah di fahami atau komunikatif para penyiaran radio juga menggunakan bahasa gaul. Sebagaimana yang di ketahui menurut Moeliono ed dan badudu salah satu syarat bahasa yang baik dan benar adalah “pemakaian bahasa yang mengikuti kaidah yang di bakukan atau di anggap baku atau pemamfa’atan ragam yang tepat dan serasi menurut penutur golongan dan jenis pemakaian bahasa. Konsep dan maksud yang berada dalam ragam bahasa gaul mengandung informasi dan maksud yang berbeda di luar ujaran . Perbedaannya adalah kalau informasi itu merupakann sesuatu yang di luar ujaran dilihat dari segi objeknya atau yang dibicarakan sedangkan maksud dilihat dari segi pengujar, orang yang berbicara atau pihak subjeknya. Ujaran tersebut dapat berupa kalimat maupun frase, tetapi yang dimaksudnya tidak sama dengan makna lahirian ujaran itu sendiri.

Pengertian makna dapat dipahami dengan teori yang dikemukakan oleh Saussure pada tahun 1916 dalam Cours de linguistique generale mengemukakan bahwa tanda bahasa (sign) terdiri dari penanda (signifier) dan pertanda (signified). Yang disebut sebagai petanda adalah bentuk-bentuk dan medium yang diambil oleh suatu tanda, seperti bunyi, gambar atau coretan yang berbentuk kata. Sedangkan pertanda adalah konsep dan makna-makna mempertegas kembali bahwa makna literal ataupun makna denotatif dari sebuah kata dapat ditemukan dengan mengamati fenomena yang dilakukan orang dengan kata itu, bukan apa yang dikatakan tentang kata itu. Terkait dengan itu, Palmer (1976) mengemukakan bahwa makna tidak semata-mata merefleksikan realitas dunia nyata, tetapi lebih menampilkan minat atau perhatian dari pemakaiannya. Sementara itu, Halliday mengatakan bahwa bahasa sebagai proses social tidak terlepas dari seperangkat makna atau teks. Makna diproduksi atau direproduksi berdasarkan kondisi social tertentu dan melalui pelaku dan objek-objek materi tertentu. Makna dalam hubungannya dengan subjek dan objek konkret tidak bisa diuraikan, kecuali berdasarkan seperangkat hubungannya dengan stuktur social dan masyarakat.

Pengertian Gaya Bahasa

Gaya atau khususnya gaya bahasa dikenal dalam retorika dengan istilah style. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Gaya bahasa merupakan pemanfaatan atas kekayaan bahasa oleh seseorang dalam bertutur dan menulis. Style atau gaya bahasa dapat dibatasi sebagai cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian pemakai bahasa. Dunia periklanan saat ini sangat merebak dengan berbagai macam cara penyajian dan media yang digunakan. Untuk itu, dalam hal bersaing maka diperlukan strategi-strategi kreatif, salah satunya adalah dengan menggunakan gaya bahasa dalam naskah iklan untuk memberikan kesan menarik pada iklan yang ditampilkan. Pendapat ahli sastra Sudjiman menyatakan bahwa yang disebut gaya bahasa adalah cara menyampaikan pikiran dan perasaan dengan kata-kata dalam bentuk tulisan maupun lisan.

Sendi – sendi

Gaya Bahasa menurut Keraf bahwa sebuah gaya bahasa yang baik harus mengandung tiga unsur berikut: kejujuran, sopan santun, dan menarik.

1. Kejujuran

Kejujuran dalam bahasa berarti kita mengikuti aturan-aturan, kaidah-kaidah yang baik dan benar dalam berbahasa. Pemakaian kata-kata yang kabur dan tidak terarah, serta penggunaan kalimat yang berbelit-belit adalah jalan untuk mengundang ketidakjujuran.

2. Sopan santun

Pengertian sopan santun adalah memberi penghargaan atau menghormati orang yang diajak bicara, khususnya pendengar atau pembaca. Rasa hormat dalam gaya bahasa dimanifestasikan melalui kejelasan dan kesingkatan. Menyampaikan sesuatu secara jelas berarti tidak membuat pembaca atau pendengar memeras keringat untuk mencari apa yang ditulis atau di katakan.

3. Menarik

Sebuah gaya yang menarik dapat diukur melalui beberapa komponen berikut: variasi, humor yang sehat, pengertian yang baik, tenaga hidup (vitalitas), dan penuh daya khayal (imajinasi).

Penggunaan variasi akan menghindari monoton dalam nada, struktur, dan pilihan kata. Untuk itu, seorang penulis perlu memiliki kekayaan dalam kosa kata, memiliki kemauan untuk mengubah panjang-pendeknya kalimat, dan struktur-struktur morfologis. Humor yang sehat berarti gaya bahasa itu mengandung tenaga untuk menciptakan rasa gembira dan nikmat. Vitalitas dan daya khayal adalah pembawaan yang berangsur-angsur dikembangkan Melalui pendidikan, latihan, dan pengalaman

D. Radio Komunitas

Sejarah Radio Komunitas

Secara historis, radio komunitas adalah istilah terbaru yang digunakan di kalangan Aktivis, sarjana komunikasi dan pejabat yang dipekerjakan oleh parlemen Indonesia dalam membuat undang-undang no. 32/2002. Awalnya siaran radio komunitas mendapat pandangan negatif dari masyarakat selama rezim Orde baru, seperti radio gelap, radio ilegal, dll. Ketika disahkan oleh DPR, para pihak Pemerintah, melalui Kementerian Perhubungan, berusaha mencoba menghalanginya melalui dua cara. pertama, secara politis, radio komunitas dianggap kelak akan menimbulkan disintegrasi bangsa dan mengangkat kasus di Ambon yang di anggap kasus konflik antar agama. yang kedua, dari segi ekonomi, pemerintah menganggap bahwa radio komunitas hanya pemborosan frekuensi.

Sebenarnya radio komunitas muncul dari keinginan yang kuat (advanced needs) untuk menjadikan radio sebagai bagian dari upaya pemenuhan hak-hak warga yang dirampas rezim ekonomi dan politik di semua arus kekuasaan sepanjang hampir 35 tahun. Hampir sebagian besar radio komunitas belum memiliki keamanan atau kekuasaan yang berbadan hukum apalagi memiliki izin resmi penggunaan frekuensi/siaran. Persiapan institut lokalnya tergantung dari dorongan pihak luar seperti kepada Komisi Penyiaran Indonesia Daerah, Jaringan Radio Komunitas Indonesia (JRKI), NGO dan aparat pemerintah setempat.

Permasalahan yang paling utama ketika berdirinya radio komunitas ini umumnya bukan pada sdmnya tetapi kepada penyediaan dana dan peralatan teknis. Selain itu, masalah perizinan muncul dan menjadi problem krusial dan persiapan administrasi yang tidak merata.

Dalam pengelolaan sehari-harinya, stasiun radio beraktifitas dengan mengandalkan keberadaan leader seperti tokoh pemuda, pemilik rumah yang bersedia ditempati studio radio, penyiar yang aktif dalam menjalankan penyiarnya sehari-hari. Ketergantungan akan hal itu cukup tinggi, meskipun hampir seluruh stasiun radio memiliki struktur organisasi yang jelas. Pengaturan operasional pada umumnya sangat sederhana, belum ada sistem perencanaan dan evaluasi siaran yang baik maupun pembagian tugas dalam menjalankan kegiatan radio sehari-hari. Dalam hal itulah yang membuat manajer radio terlibat langsung dalam aktifitas siaran radio tersebut.

Pengertian Radio Komunitas

Asosiasi Dunia Penyiaran Radio Komunitas (AMARC), mereka juga tidak mendefinisikan secara khusus apa itu radio komunitas. Akan tetapi mereka menjelaskan dua hal yang mencirikan sebuah radio komunitas yaitu:

1. Radio merespon kebutuhan masyarakat yang melayani dan memberikan kontribusi untuk pengembangannya pada perubahan sosial.
2. Radio menawarkan layanan kepada masyarakat yang dilayaninya atau yang menyiarkan, dan mempromosikan serta partisipasi masyarakat melalui radio.

Dari dua ciri radio komunitas yang telah dijelaskan diatas, maka AMARC menyimpulkan bahwa radio komunitas adalah “jenis penyiaran yang menanggapi kekhawatiran masyarakat dan merupakan bagian dari masyarakat”. AMARC juga memberikan fasilitasi akses dan partisipasi pada organisasi untuk semua penyiaran radio komunitas sehingga dapat bertukar informasi dan pengalamannya satu dengan yang lainnya.

Selain itu, Rachmiatie mengatakan bahwa isi informasi yang terdapat pada siaran radio komunitas bisa berupa laporan pandangan mata di tempat berlangsung siaran, sesuai dari permasalahan yang sedang dihadapi masyarakat. Oleh sebab itu, siaran radio komunitas diupayakan untuk disesuaikan dengan materi dan jadwal pelaksanaan masyarakat sekitar. Hal ini memungkinkan materi siaran akan menjadi sebuah alat untuk dialog maupun diskusi mencari upaya-upaya pemecahan masalah secara bersama.

Dalam pendirian radio komunitas, urgensinya harus mengacu pada dua aspek :

1. Jaminan keberadaan komunitas secara permanen di lingkup batas geografis tertentu yang bersedia aktif dalam mengelola radio.
2. Peluang partisipasi tiap individu di komunitas secara setara baik dalam pemilikan, produksi siaran maupun selaku pihak pendengar yang harus terlayani hak dan kepentingannya. Semakin kecil cakupan geografis radio semakin banyak individu yang terlayani sebagai subyek siaran.

Teori Radio Komunitas

Sejak dimulainya masa reformasi, dunia per - radioan di Indonesia mengalami masa perubahan yaitu mulai munculnya radio komunitas. Radio komunitas berjuang agar aktivitas yang mereka lakukan mau diakui oleh hukum Indonesia dan di atur dalam sebuah undang - undang negara tentang penyiaran yang baru.

Dalam radio komunitas ada tiga konsep teori komunitas yang digunakan, yaitu konsep teori UNESCO, mengenai partisipasi dan kesadaran diri, konsep Brecht, serta konsep Benjamin mengenai aura. Kerangka teorinya pada umumnya bersifat panjang dan dominan, karena sampai sekarang fenomena radio komunitas hanya dibicarakan di buku panduan radio atau brosur NGO.

1. Teori UNESCO

Menurut buku panduan radio komunitas UNESCO pada tahun 2001, radio komunitas berusaha membuat para pendengar sebagai tokoh utama. Keterlibatan para pendengar dalam seluruh aspek dari manajemen dan produksi programnya, serta dengan memebrikan layanan kepada mereka berupa program yang akan membantu mereka dalam pembangunan dan kemajuan sosial di komunitas mereka.

Komunitas secara keseluruhan pada umumnya bertanggung jawab atas kepemilikan, pengorganisasian, manajemen, pendanaan, independensi editorial dan kredibilitas, keterwakilan kelompok-kelompok dan kepentingan yang berbeda dalam komunitas, serta keberpihakan pada kelompok - kelompok minoritas.

Pandangan terhadap radio komunitas dari UNESCO ini menerangi beberapa aspek hubungan antara komunikasi radio dan kekomunitasan. Pandangan ini menekankan bahwa komunikasi merupakan sebuah alat utama yang memungkinkan orang untuk berpartisipasi dalam masyarakat pada umumnya dan proyek pembangunan pada khususnya. Radio komunitas mendorong partisipasi orang dalam masyarakat dengan menyediakan forum untuk diskusi, serta analisis dan pertukaran ide dan pendapat. Melalui hal seperti itu, orang mampu mengembangkan sudut pandangan, dan mulai melakukan sesuatu secara bersama - sama

2. Teori brecth

Di Indonesia, radio komunitas disebut "radio gerilya", yang menunjukkan kepada keseluruhan proses mediasi. Yang berfungsi sebagai alternatif untuk kekuatan budaya dominan, yaitu negara dan kapital, yang masing-masing menguasai radio publik dan radio swasta.

Pada umumnya, pada radio komunitas peristiwa sosial dikeluarkan dari konteks aslinya, dengan tujuan agar pendengar lebih kritis dan aktif dalam menanggapi hal - hal seperti itu. Berbeda dari stasiun radio "biasa" yang menyediakan berita dan hiburan sebagai bagian alamiah dari wacana sosial yang sengaja diatur dan dibagi dengan pendengar. Radio komunitas mengedepankan, dan mempersoalkan masalah sosial tertentu dalam acara khusus, sambil menunjukkan bahwa setiap fenomena sosial mempunyai sejarah, alasan dan dampak tersendiri sehingga tidak dapat dianggap alamiah saja.

Hal tersebut sesuai dengan konsep teater Brecht, yang mengkritik tradisi drama Aristoteles. Menurut Brecht, drama Aristoteles berdasarkan, identifikasi audiens dengan karakter yang dimainkan oleh aktor. Identifikasi ini menghasilkan katarsis, atau pembersihan ritual supaya audiens melepaskan perasaan ketakutan atau perasaan kasihan yang dirangsang oleh pemain. Brecht, sebaliknya, berpikir menuju ke sikap penyerahan dan kepasrahan, karena membawa audiens dari dunia nyata ke dunia impian, yaitu dunia kesenian. Dia sendiri memperkenalkan teknik Verfremdung atau pengasingan, yang justru menghambat kontinuitas dan menghilangkan kesan alamiah permainan.

3. Benjamin : Aura

Richard Middleton membagi tiga modus yang terdapat di musik yang dimediasikan secara masal: yang auratis (the auratic), yang sehari-hari (the everyday), dan yang kritis (the critical). Yang auratis menekankan identitas koheren, kontinuitas, dan totalitas, dengan merangsang imajinasi audiens dan mendorong identifikasi mereka melalui wacana yang direpresentasikan. Yang sehari-hari menghubungi

audiens dengan dunia sosial nyata, dengan mendorong partisipasinya dalam masyarakat dan menciptakan suasana bergaul. Yang kritis merusak totalitas dan kontinuitas, serta menghidupkan protes, melalui kontradiksi internal dan efek kejutan. Modus-modus ini bukan saja mengenai musik, tapi juga mengenai peranan sosial media massa secara keseluruhan.

Radio komunitas, berdasarkan ide yang mirip konsep partisipasi dan kesadaran diri dari Brecht, cenderung membatasi yang auratis, dan mengembangkan yang sehari-hari dan yang kritis. Ini sama sekali tidak berarti bahwa yang auratis kurang kuat untuk merangsang perasaan-perasaan komunal. Cara radio komunitas menciptakan perasaan komunal berbeda dengan cara media yang bersifat lebih auratis.

E. Radio Komersial

Sejarah Radio Komersial

Di Negara-negara yang sedang berkembang, pemerintah memegang peran penting dalam mengatur segala sesuatu yang berkaitan dengan hajat hidup penduduk Negara, demikian pula dengan sistem kepenyiaran. Di Indonesia, semenjak departemen penyiaran di eliminasi oleh pemerintah Abdurrahman Wahid kekuatan pemerintah untuk mengatur sistem komunikasi melemah. Industri media cetak menjamur, demikian pula dengan radio swasta. Regulasi radio sebelum masa reformasi, tepatnya pada tahun 1967 rezim orde baru mencoba mengatur broadcaster non-pemerintahan dengan memisahkan stasiun-stasiun hobi yang lebih kecil dengan yang lebih mapan.

Satu tahun kemudian (1968) setelah soeharto resmi menjadi presiden, soeharto memerintah suatu tindakan keras, yakni membatasi dan mengatur radio-radio berbasis kampus serta radio mahasiswa lainnya. Pada tahun 1970 status radio swasta disahkan, namun dengan kewajiban radio swasta untuk merealisasi berita RRI. Pemerintah juga membatasi wilayah transmisi dan mengatur isi siaran. Selama 1970-an stasiun komersial bertambah pesat sehingga dalam dekade berikutnya siaran non pemerintah menjadi sinonim dengan stasiun radio komersial. Ketika itu pemerintah mengeluarkan PP No.55 tahun 1976 tentang radio siaran non pemerintah. Inti regulasi tersebut meletakkan kriteria pendiri perusahaan radio non pemerintah dan menyediakan kerangka kebijakan radio orde baru.

Pada tahun 1971 menteri perhubungan memberi kewenangan atas status non pemerintah kepada gubernur setempat, yaitu sebuah surat keputusan menteri penerangan pada tahun yang sama menekankan pentingnya muatan radio lokal, yang menyatakan bahwa "siaran bersifat lokal, bukan nasional". Regulasi pemerintah menempatkan kekuatan maksimal transmisi, yang membatasi wilayah siaran hingga kira-kira 100 km untuk FM, dan 300-400 km untuk stasiun AM. Implementasi kebijakan dari pemerintah ini merupakan tanggung jawab Badan Pembina Siaran non pemerintah di daerah yang ditunjuk oleh gubernur dan terdiri atas birokrat provinsi. Awalnya, di Indonesia radio identik dengan industri kecil milik keluarga, dikelola sebagai bisnis sekunder. Memasuki tahun 1990-an ketika teknologi dan SDM radio makin membutuhkan investasi besar untuk menjadi profesional, kompetisi pun tidak bisa dihindari.

Manajemen radio berbasis feodalisme dalam lingkup keluarga menjadi ketinggalan zaman, bahkan ada yang bangkrut atau pindah pemilik akibat krisis finansial. Maraknya pendirian radio non komersial bertumpu pada tujuan utama, yaitu kebutuhan pendengar terhadap medium aktualisasi dan interaksi sosial diantara mereka.

Tujuan hakiki pendirian radio sebetulnya adalah pelayanan kebutuhan pendengar. Hanya saja, sering kali yang lebih tampak menonjol adalah sisi komersialnya. Pengusaha yang cerdik menangkap peluang dengan memperkuat basis bisnisnya melalui pendirian radio. Istakalisa sebagai salah satu radio komersial yang berangkat dari radio komunitas tentunya memiliki segi perubahan yang sangat dominan, baik dari segi hukum, manajemen, dan pengelolaan. Adapun perubahan yang sangat signifikan yaitu dari segi manajemen, dimana segi manajemen menjadi salah satu motor penggerak bagi radio Istakalisa dalam mengoperasionalkan stasiun radionya.

Seiring dengan perkembangan penyiaran media elektronik, yaitu radio, maka profesi penyiar semakin dituntut untuk bekerja lebih profesional, tidak lagi hanya sekedar hobi maupun bakat. Penyiar di masa sekarang ini boleh jadi kecenderungannya lebih dari sebagai penyampai informasi dan juga penghibur. Melalui penyiar inilah pekerjaan menjadi pelayan publik melalui media secara interpersonal terjadi dan kemampuan keterampilan berkomunikasi terasah dengan baik.

Pengertian Radio Komersial

Radio swasta (Komersial) ini merupakan radio yang dimiliki oleh perorangan yang sifatnya

komersil. Sehingga, sumber penghasilan untuk operasional radio swasta ini sepenuhnya berasal dari iklan. Walaupun demikian, radio swasta masih berada di bawah perundang undangan mengenai penyiaran yang disepakati melalui lisensi pemerintahan. Sehingga, radio swasta di Indonesia ini masih berada dalam naungan perundang-undangan yang salah satunya adalah lembaga sensor.

Berbeda halnya di Amerika yang terdapat beberapa radio yang berjenis sebagai radio swasta yang di antaranya adalah NBC, CBS, ABC, dan PBS. Radio-radio tersebut, berdasarkan sistem pemerintahan Amerika Serikat bahwa radio swasta tersebut memiliki kebebasan sepenuhnya terkait penyiaran. Dengan kata lain, radio-radio swasta tersebut tidak mengenal kata sensor. Namun, hal ini bukan berarti mereka tidak bertanggung jawab secara sosial maupun nasional. Karena hal ini dilandasi oleh kepercayaan dan kesadaran masing-masing.

Teori Radio Komersial

Stasiun radio komersial sangat bagus contoh ekonomi penting peran usaha kecil bermain di kami perekonomian khususnya di daerah komunitas. Mereka mendukung lokal bisnis dengan memberi mereka kekuatan sarana berkomunikasi dengan masyarakat setempat pelanggan, dan bertindak sebagai pengembangbiakan tanah untuk bakat kreatif yang pergi untuk membuat internasional musik, TV, dan film terkenal yang menjadi landasan budaya Inggris Identitas.

Di sinilah perlu digarisbawahi, bahwa radio komersial memiliki banyak fungsi antara lain mengembangkan kehidupan individu, memperkuat rasa senasib dengan komunitas lokal, serta berperan dalam perputaran ekonomi di tingkat lokal. Unsur paling khas dari radio ini terletak pada kelokalannya. Betapa masih dimanfaatkannya media massa jenis ini, maka di Inggris umpamanya, sebuah riset tahun 2013 menunjukkan jumlah pendengar radio mencapai 35 juta pendengar per minggunya. Dilihat dari jenis dan variasinya, maka radio komersial di sini. berbeda jenisnya dengan radio komunitas. Ada beberapa karakteristik khusus yang membedakan radio komunitas dari jenis radio lainnya, termasuk dengan radio swasta komersial ini. keberadaan siaran radio komersial bernuansa etnis, beberapa kajian mengenai hal ini telah dilakukan. British Broadcasting Corporation (BBC) misalnya, sejak awal tahun 2000an telah mengamati hal ini dan kemudian turut memopulerkan istilah *multicultural broadcasting*. Tidak dipungkiri bahwa menguatnya istilah ini tidak lepas dari fenomena menguatkan multikulturalisme di Eropa, termasuk Inggris.

Walaupun belum ada definisi tunggal tentang istilah tersebut, namun setidaknya dua pengertian yang masuk dalam istilah tersebut, yaitu pertama, pemrograman siaran yang mencerminkan kenyataan multikultural dalam masyarakat, merefleksikan keberagaman budaya dan komunitas melalui seluruh program siarannya. Kedua, pemrograman dengan perspektif khusus, namun tetap mengacu pada *audience* yang lebih luas yang sering disebut *crosscultural programming*. Tidak dapat dipungkiri bahwa isu representasi minoritas-minoritas etnis dalam media, juga telah masuk ke ranah pemasaran. Sejauh media menitikberatkan pada target komersial, maka kelompok sosial yang ada didefinisikan sebagai instrumen pasar dan dianggap sebagai segmen etnis. Pada lingkungan media komersial hari-hari ini, penting untuk memperhatikan bukan hanya integrasi media komersial dengan pihak audience, tetapi juga kelompok - kelompok pelanggan potensial, yang memiliki karakteristik umum. Sejauh komunitas didefinisikan sebagai kelompok yang memiliki karakteristik umum, mereka tetap akan dipandang sebagai unit-unit tepat untuk pemasaran atau periklanan. Maka dari itu, muncullah kesulitan bagi minoritas etnis dalam mempertahankan diri dari strategi segmentasi audience dalam pemasaran.

Simpulan

Selain memiliki karakter sebagai media massa, radio juga memiliki karakter lainnya. Karakter inilah yang menjadikan radio berbeda dengan media komunikasi massa lainnya. Dalam peliputan radio, seseorang khususnya jurnalis harus mampu menonjolkan bagian hal yang paling menarik. Seorang penyiar radio dituntut untuk cakap dalam menggunakan bahasa, dalam hal ini bahasa sepihak aktif tanpa mengaburkan amanat yang seharusnya tersampaikan. Bahasa penyiar adalah bahasa yang sangat komunikatif, dengan demikian seorang penyiar harus pandai berbicara dengan bahasa yang mudah dipahami oleh pendengarnya.

Radio komunitas adalah stasiun radio komunitas yang diselenggarakan khusus untuk penduduk lokal di wilayah, kawasan atau wilayah tertentu, dan memuat program-program yang berciri utama muatan lokal, serta diolah dan dikelola oleh penduduk setempat. Sedangkan radio komersial adalah stasiun yang lebih berorientasi pada industri penyiaran yang menghasilkan atau menghasilkan keuntungan. Di era

modern ini, rasanya radio sudah tidak ada dan jadul. Namun tanpa kita ketahui, radio terus berkembang mengikuti perkembangan zaman. Radio di era ini, di era yang serba digital ini, mengikuti perkembangan zaman. Program yang ditawarkan juga bervariasi dari waktu ke waktu, dengan konten yang lebih kreatif. Setiap daerah juga memiliki banyak saluran siaran.

Daftar Rujukan

- Di akses dari : <http://eprints.umm.ac.id/40631/3/BAB%20II.pdf> Pada Sabtu , 17 September 2022 jam 10:57
- Di akses dari : https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/5844-Full_Text.pdf Sabtu 17 September 2022 ,jam 18:36
- Jurriens E. 2014. *Radio Komunitas Indonesia "New Brechtian Theatre di Era Reformasi"* Jurnal Antropologi.
- Kustiawan, W., Sawitri, A., Mukarramah, N., Lubis, C. A., & Manaor, M. S. S. (2022). Teknik Peliputan dan Pengembangan Salam TV dan Radio Ar-Risalah 95.7 FM. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 2036-2044.
- M. Romli, Asep Syamsul, 2007. *Broadcast For Teen: Jadi Penyiar Itu Asyik Lho!*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- M. Romli, Asep Syamsul. 2017. *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Masduki. 2004. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta: pustaka populer.
- Mufid, Muhamad. 2005. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Nasir, A. *Radio sebagai Alat Penguatan Komunitas*. (Paper disampaikan dalam Seminar Unesco Radio Komunitas: Untuk Demokrasi dan Kesatuan Bangsa , Yogyakarta, 4 September).
- Prayudha, Harley. 2004. *Radio Suatu Pengantar Untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*. Malang: Bayumedia.
- Theodora, N. (2013). Studi Tentang Ragam Bahasa Gaul Di Media Elektronika Radio Pada Penyiar Memora-Fm Manado. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 2(1).
- Zainal Abidin dkk" *etnitas siaran radio komersial studi*". (jurnal epigram vol.14 NO.1 2017).

