

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Media Massa

Media massa merupakan alat dari kegiatan komunikasi massa. Sebelum menjelaskan lebih jauh tentang media massa, peneliti akan memberikan sedikit gambaran mengenai komunikasi massa. Ini dirasa penting agar terjalin sinkronisasi pandangan peneliti dan pembaca.

Komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), secara heterogen, dan menimbulkan efek tertentu. Komunikasi massa adalah salah satu bentuk komunikasi yang melibatkan khalayak banyak. Biasanya, komunikasi massa menggunakan media massa seperti surat kabar atau Koran, majalah, radio, televisi, ataupun bentuk lainnya.

“Komunikasi massa sebagai *the process whereby media organizations produce and transmit messages to large publics and process by which those messages are sought, used, understood, and influenced by audiens*. Komunikasi massa adalah proses dimana organisasi-organisasi media memproduksi dan menyampaikan pesan-pesan kepada khalayak atau publik luas, dan proses dimana pesan-pesan, dicari, digunakan, dan dipengaruhi oleh khalayak atau audiens” (Littlejhon dan Foss, 2011: 303)

Di dalam buku “Pengantar Komunikasi Massa” oleh Nurudin (2011), komunikasi massa akan lebih mudah dan lebih logis bila di definisikan menurut

bentuknya (surat kabar, majalah, televisi, dan radio). Dalam hal ini komunikasi massa memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

a. Komunikator dalam komunikasi massa melembaga

Komunikator dalam komunikasi massa bukan satu orang, tetapi kumpulan orang. Artinya, gabungan antar berbagai macam unsur dan bekerja satu sama lain dalam sebuah lembaga. Lembaga yang dimaksud di sini menyerupai sebuah sistem.

Menurut Alexis. S Tan dalam Nurudin (2011) komunikator dalam komunikasi massa adalah organisasi sosial yang mampu memproduksi pesan dan mengirimkannya secara serempak ke sejumlah khalayak yang banyak dan terpisah

Komunikator dalam komunikasi massa setidaknya mempunyai ciri sebagai berikut: 1) kumpulan individu, 2) dalam berkomunikasi individu-individu itu terbatas perannya dalam sistem media massa, 3) pesan yang disebarkan atas nama media yang bersangkutan dan bukan atas nama pribadi unsur-unsur yang terlibat, dan 4) apa yang dikemukakan oleh komunikator biasanya untuk mencapai keuntungan atau mendapatkan laba secara ekonomis.

b. Komunikasi dalam komunikasi massa bersifat heterogen

Komunikasi bersifat heterogen atau beragam, artinya pembaca surat kabar beragam pendidikan, umur, jenis kelamin, status sosial ekonomi, memiliki jabatan yang beragam, memiliki agama atau kepercayaan yang tidak sama pula. Namun mereka adalah komunikan surat kabar.

c. Pesannya bersifat umum

Pesan-pesan dalam komunikasi massa tidak ditujukan kepada satu orang atau satu kelompok masyarakat tertentu. Dengan kata lain, pesan-pesannya ditujukan pada khalayak yang plural. Oleh karena itu, pesan-pesan yang dikemukakan pun tidak boleh bersifat khusus. Khusus disini artinya pesan memang tidak sengaja untuk golongan tertentu.

d. Komunikasi berlangsung satu arah

Dalam media cetak seperti Koran, komunikasi hanya berjalan satu arah. Kita tidak bisa langsung memberikan respon kepada komunikatornya (media massa yang bersangkutan). Kalaupun bisa, sifatnya tertunda. Komunikasi yang hanya berjalan satu arah akan memberikan konsekuensi umpan balik (*feedback*) yang bersifat tertunda atau tidak langsung.

e. Komunikasi massa menimbulkan keserempakan

Inilah salah satu ciri komunikasi massa selanjutnya. Bahwa dalam komunikasi massa ada keserempakan dalam proses penyebaran pesan-pesannya. Serempak berarti khalayak bisa menikmati media massa tersebut hampir bersamaan. Bersamaan tentu juga bersifat relatif.

f. Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis

Media massa sebagai alat utama dalam menyampaikan pesan kepada khalayak sangat membutuhkan bantuan peralatan teknis. Peralatan teknis yang dimaksud misalnya pemancar untuk media elektronik. Peran satelit akan memudahkan proses pemancaran pesan yang dilakukan oleh elektronik seperti televisi dan radio juga sangat membutuhkan stasiun pemancar atau relay.

g. Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper*

Gatekeeper atau sering disebut penapis informasi atau palang pintu atau penjaga gawang, adalah orang yang sangat berperan dalam penyebaran informasi dalam media massa. *Gatekeeper* ini berfungsi sebagai orang yang ikut menambah atau mengurangi, menyederhanakan, mengemas agar semua informasi yang disebarkan lebih mudah dipahami.

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film radio, dan televisi (Cangara, 2012: 140). Media massa merupakan salah satu elemen terpenting berperan untuk mendukung jalannya perputaran informasi kepada masyarakat. Informasi yang diangkat oleh media sangat beragam. Media mengangkat berbagai hal dan permasalahan sosial, budaya, ekonomis, politik, gender, dan masih banyak lainnya yang menyangkut aspek kehidupan manusia. Pada dasarnya media seharusnya merupakan cermin atau refleksi dari kondisi sosial budaya masyarakat. Harus diakui, sulit bagi sebuah media massa untuk bersikap seobjektif mungkin. Setiap wartawan maupun medianya selalu memiliki latar belakang dan berbagai faktor lainnya yang mempengaruhi cara berfikir, bertindak dan memilih informasi untuk dilaporkan dan ditulis.

Media massa secara subjektif memproduksi nilai-nilai, ideologi maupun pengetahuan. Dalam pemberitaannya dapat memunculkan suatu keberpihakan. Hal ini tentu dipengaruhi oleh baik kepentingan media tersebut, rutinitasnya dan

juga faktor-faktor eksternal, seperti: sumber berita, sumber ekonominya, hubungannya pemerintah (independensi), dan lain-lain.

Sementara itu media massa seperti yang disebutkan oleh Anslabehere (Nurudin 2011) dianggap sebagai perwakilan (*agent*) atas kepentingan masyarakat. Media merupakan sumber informasi, pengetahuan, dan solusi atas permasalahan sosial yang dihadapi masyarakat. Media berperan dalam menentukan perkembangan pemikiran masyarakat. Melalui pembentukan opini publik misalnya media memungkinkan khalayak untuk terus mengingat (*learning*) apa yang terjadi di sekitar mereka.

Persoalannya media massa tidak dapat menyampaikan suatu fakta secara utuh. Media melakukan pemilihan-pemilihan, penonjolan dan penghapusan atas fakta-fakta yang dianggap relevan atau tidak untuk disampaikan kepada masyarakat sesuai dengan ideologi institusi media maupun para awak/wartawannya. Singkatnya media massa membentuk *second reality* yang disebut sebagai "*constructed reality, meaning events as covered by media*" yang didasarkan pada nilai-nilai dan hambatan dalam proses produksi berita (McNair, 1999: 12). Media tentu melakukan pemilihan-pemilihan atas fakta dan direpresentasikan dengan menggunakan bahasa yang dianggap paling tepat untuk menggambarannya.

Wilbur Schramm menyatakan bahwa luas sempitnya ruang kehidupan seseorang, yang awalnya ditentukan pada kemampuan baca tulis, selanjutnya ditentukan oleh seberapa banyak ia bergaul dengan media massa. Artinya media memiliki pengaruh yang signifikan pada kehidupan manusia. Dampak media

terhadap khalayaknya memang masih menjadi bahan perdebatan. Elisabeth Noelle-Neurmann adalah satu sarjana yang menganut konsep perkasa media massa. Ia menyebutkan bahwa media massa bersifat *ubiquity*, artinya serba ada. Media massa mampu mendominasi lingkungan informasi dan berada di mana-mana. Karena sifatnya yang serba ada, agak sulit orang menghindar pesan media massa. Sementara Richard T. La Pierre berpendapat bahwa media massa baru akan benar-benar berpengaruh jika sebelumnya ia berhasil menjalin kedekatan dengan khalayak.

Untuk itu diperlukan pendekatan lain dalam melihat efek (dampak) media massa. Selain berkaitan dengan pesan dan media itu sendiri, menurut Steven M. Chaffe, pendekatan kedua ialah melihat jenis perbuatan yang terjadi pada diri khalayak komunikasi massa, penerimaan informasi, perubahan perasaan atau sikap, dan perubahan perilaku. Atau dengan istilah lain perubahan kognitif, afektif, dan behavioral. Pendekatan ketiga meninjau satuan observasi yang dikenai efek komunikasi massa, individu, kelompok, organisasi, masyarakat, atau bangsa.

Selain terbukti sanggup membentuk citra orang tentang lingkungan dengan menyampaikan informasi, kita juga menduga media massa tertentu berperan juga dalam menyampaikan pengetahuan, keterampilan, dan nilai-nilai yang baik. Ini disebut efek prososial kognitif dari media, yaitu bagaimana media massa memberikan manfaat yang dikehendaki oleh masyarakat.

Media massa adalah penyampaian informasi sekaligus penafsir informasi. Dengan media massa kita memperoleh informasi tentang benda, orang, ruang atau waktu yang tidak kita alami secara langsung. Namun media pun melakukan

seleksi terhadap realitas yang hendak ditampilkan, sehingga dampaknya adalah menimbulkan perubahan kognitif tertentu di antara individu-individu khalayaknya.

2. Eksistensi

Secara etimologi, eksistensialisme berasal dari kata eksistensi, eksistensi berasal dari bahasa Inggris yaitu *excitence*, dari bahasa Latin *excitence* yang berarti muncul, ada, timbul, memilih keberadaan aktual. Dari kata *ex* berarti keluar dan *sister* yang berarti muncul atau timbul. Beberapa pengertian secara terminologi yaitu pertama, apa yang ada, kedua, apa yang memiliki aktualitas (ada), dan ketiga, adalah segala sesuatu (apa saja) yang di dalam menekankan bahwa sesuatu itu ada (Bagus, 2005: 183). Berbeda dengan esensi yang menekankan kealpaan sesuatu (apa sebenarnya sesuatu itu sesuatu dengan kodrat inherennya). Eksistensialisme sendiri adalah gerakan filsafat yang menantang esensialisme, pusat perhatiannya adalah situasi manusia (Ibid dalam Bagus, 2005:185).

Menurut kamus besar bahasa Indonesia eksistensi adalah keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan. Ada beberapa teori mengenai eksistensi menurut para ahli yaitu:

“a) Menurut Aristoteles yaitu Menggunakan perbedaan dualis. Ia mengasosiasikan eksistensi dengan materi yang berforma yaitu substansi seraya mengasosiasikan esensi dengan forma dan dengan unsur sebuah definisi yang benar. Esensi itu sendiri adalah pengertian mengalami perubahan sesuai dengan konsep penggunaannya sehingga esensi ialah pada konsepnya sendiri. b) Menurut Thomas Aquinas yaitu Esensi adalah sesuatu yang terlepas dari persoalan apakah sesuatu itu ada atau tidak. Thomas Aquinas menganut komposisi rangkap esensi dan eksistensi. Dalam komposisi pertama, materi yang berforma diidentikkan dengan esensi suatu hal. Dalam komposisi yang kedua, eksistensi sebagai suatu karunia

tambahan menerjemahkan esensi ke dalam aktualitas. c) Menurut Abidin Zaenal Eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu menjadi atau mengada. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *existere*, yang artinya keluar dari, melampaui atau mengatasi. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi-potensinya” (Dalam skripsi Yanti, 2015: 57)

Eksistensi bisa kita kenal juga dengan satu kata yaitu keberadaan. Dimana keberadaan yang dimaksud adalah adanya pengaruh atas ada atau tidak adanya kita. Istilah “hukuman” merupakan istilah umum dan konvensional yang mempunyai arti yang luas dan dapat diubah-ubah karena istilah itu dapat berkonotasi dengan bidang yang cukup luas. Istilah tersebut tidak hanya sering digunakan dalam bidang hukum, tetapi juga dalam istilah sehari-hari seperti di bidang normal, agama dan lain sebagainya.

Eksistensi bisa kita kenal juga dengan satu kata yaitu keberadaan. Dimana keberadaan yang dimaksud adalah adanya pengaruh atas ada atau tidak adanya kita. Eksistensi ini perlu “diberikan” orang lain kepada kita, karena dengan adanya respon dari orang di sekeliling kita ini membuktikan bahwa keberadaan kita diakui. Tentu akan terasa sangat tidak nyaman ketika kita ada namun tidak satupun orang menganggap kita ada, oleh karena itu pembuktian akan keberadaan kita dapat dinilai dari berapa orang menanyakan kita atau setidaknya merasa sangat membutuhkan kita jika kita tidak ada.

Masalah keperluan akan nilai eksistensi ini sangat penting, karena ini merupakan pembuktian akan hasil kerja kita (performa) kita di dalam suatu lingkungan. Perkuliahan misalnya, dosen akan lebih mengenal dan mengetahui keberadaan kita setelah dosen tahu performa kita baik (dengan nilai yang bagus,

aktif, dan komunikatif) dan cenderung sedikit memperhatikan orang-orang yang pasif. Dalam suatu keorganisasian eksistensi hanya perlu dilakukan dengan sebuah apresiasi terhadap kerja seseorang. Apresiasi yang sangat sederhana, yaitu ucapan terima kasih. Hanya itu, hanya sebuah ucapan terima kasih yang mampu membuat seseorang merasakan keberadaannya, merasakan eksistensinya.

Eksistensi dalam tulisan ini juga memiliki arti yang berbeda, eksistensi yang dimaksud adalah mengenai keberadaan aturan atau hukum yang mengakibatkan perubahannya suatu hal. Hukum dan pidana kaitannya sangatlah erat, dimana ada hukum pasti ada pidana, namun keduanya memiliki makna yang berbeda.

Berbeda dengan Bainswanger, lebih menekankan kepada sifat-sifat yang melekat pada eksistensi manusia itu sendiri. Selain itu hal lain yang dibicarakan oleh Boss adalah spasialitas eksistensi (keterbukaan dan kejelasan merupakan spasialitas (tidak diartikan dalam jarak) yang sejati dalam dunia manusia), temporalitas eksistensi (waktu (bukan jam) yang digunakan/dihabiskan, badan (ruang lingkup badaniah dalam pemenuhan eksistensi manusia), eksistensi dalam manusia milik bersama (manusia selalu *berkoeksistensi* atau tinggal bersama orang lain dalam dunia yang sama), dan suasana hati atau penyesuaian (apa yang diamati dan direspon seseorang tergantung pada suasana hati saat itu).

Sampai saat ini tidak ada satupun tulisan ilmiah bidang hukum, baik berupa buku disertasi maupun karya ilmiah lainnya yang membahas secara khusus pengertian eksistensi. Pengertian eksistensi selalu dihubungkan dengan kedudukan dan fungsi hukum atau fungsi suatu lembaga hukum tertentu. Sjachran Basah mengemukakan pengertian eksistensi dihubungkan dengan kedudukan, fungsi,

kekuasaan atau wewenang pengadilan dalam lingkungan pada peradilan administrasi di Indonesia.

3. Radio

a. Pengertian Radio

Salah satu media penyiaran yang dianggap dekat dengan masyarakat yakni media elektronik radio. Radio adalah sesuatu yang menghasilkan bunyi atau suara karena di pancarkan oleh gelombang atau frekuensi melalui udara. Radio adalah sebuah media utama informasi, hiburan, dan pendidikan massal yang sangat populer (Anggoro, 2000: 146). Radio tepatnya radio siaran (*radio broadcast*), radio merupakan salah satu jenis media massa yakni sasaran atau saluran komunikasi massa, ciri khas utama radio adalah auditif, yakni dikonsumsi telinga atau pendengaran (Romli, 2004: 19). Komunikasi yang dilakukan di radio adalah komunikasi massa (*mass communication*), yakni komunikasi kepada orang banyak (massa, publik) dengan menggunakan media (*communication with media*).

b. Karakteristik Radio

Radio tidak hanya berbeda dari media lainnya, tetapi juga mempunyai keunggulan dan ciri khas tertentu. Karakteristik khusus dari radio yaitu:

“1) Radio mengandalkan suara manusia untuk mendekatkan diri dengan khalayaknya. Oleh karena itu, kualitas suara penyiar mutlak penting. Orang-orang hanya mau mendengarkan siaran radio apabila suara penyiarannya menarik, meskipun mereka tidak mengenal siapa orangnya. 2) Materi program radio dapat diproduksi secara cepat dan murah, bahkan hanya dengan memasang pesawat telepon saja suatu acara bisa dilangsungkan. Suatu pengumuman juga bisa disiarkan secara seketika begitu materi pengumuman tersebut diserahkan, tanpa harus menunggu sedikitpun. 3) Penemuan transistor dan teknik redifusi membuat radio begitu populer sehingga dinikmati oleh jutaan orang, termasuk yang buta

huruf di negara-negara berkembang. 4) Karena kesederhanaan operasinya, suatu stasiun radio bisa memancarkan siarannya dalam berbagai bahasa. Ini sangat ideal bagi negara-negara yang memiliki banyak kelompok etnik dan bahasa daerah” (Anggoro, 2000: 147)

Secara teknologis dan soisologis, radio dengan suara sebagai modal utamanya memiliki sejumlah kelebihan dan sekaligus kelemahan yaitu:

“Kelebihannya yaitu 1) Sarana tercepat penyebar informasi dan hiburan. 2) Dapat diterima di daerah yang belum memiliki sumbangan listrik. Produksi siarannya singkat dan berbiaya murah. 3) Merakyat. Buta huruf bukan kendala. Harga pesawat murah, mudah dibawa kemana saja. Kelemahannya yaitu 1) Hanya bunyi, tidak ada visualisasi yang tampak nyata. 2) Tergantung pada kondisi dan stabilitas udara di suatu lokasi. Tidak bisa mengirim pesan dan informasi secara mendetail. 3) Terdengar selintas, sulit diingat, dan tidak bisa diulangi. Hanya bisa di dengar, tidak bisa didokumentasikan” (Masduki, 2004: 16)

Radio saat ini banyak memberikan sesuatu yang baru karena saat ini radio sebagai media tidak hanya memberikan informasi berupa berita tetapi juga hiburan yang dapat dinikmati oleh khalayak tanpa adanya iuran. Radio memiliki keunggulan diantaranya:

“1) Cepat dan Langsung, sarana tercepat, lebih cepat dari Koran ataupun TV, dalam menyampaikan informasi kepada public tanpa melalui proses yang rumit dan butuh waktu banyak, seperti siaran televise atau sajian media cetak. 2) Akrab. Radio adalah alat yang akrab dengan pemiliknya. 3) Dekat. Suara penyiar hadir di rumah atau di dekat pendengar. 4) Hangat. panduan kata-kata, musik, dan efek suara dalam siaran radio mampu mempengaruhi emosi pendengar. 5) Sederhana. Tidak rumit, tidak banyak pernik, bagi pengelolaan maupun pendengar. 6) Tanpat Batas. Siaran radio menembus batas-batas geografis, demografis, SARA (suku, agama, ras, antar golongan), dan kelas sosial. 7) Murah. Dibandingkan dengan berlangganan media cetak atau harga pesawat televisi, pesawat radio relatif jauh lebih murah. 8) Bisa Mengulang. Radio memiliki kesemtaraan alamai (transient nature) sehingga berkemampuan mengulang informasi yang sudah disampaikan. 9) Fleksibel. Siaran radio bisa dinikmatin sambil mengerjakan hak lain atau tanpa mengganggu aktivitas yang lain” (Romli, 2004: 23-25)

Penjelasan di atas maka bisa kita lihat bahwa radio memiliki keunggulan yang berbeda dengan media massa lainnya. Radio adalah media yang sangat sederhana, murah, dan dapat digunakan di mana dan kapan saja. Hal inilah yang membuat menjadi media yang paling populer di kalangan masyarakat. Selain memiliki keunggulan, adapun terdapat kelemahan, kelemahan radio itu adalah:

“1) Selintas. Siaran radio cepat hilang dan gampang dilupakan. Pendengarnya, tidak bisa seperti pembaca Koran yang bisa mengulang bacaannya dari awal tulisan. 2) Global. Sajian informasi radio bersifat global, tidak detail, karenanya angka-angka pun dibulatkan. Misalnya penyiar akan menyebutkan seribu lebih untuk angka 1.053. 3) Batasan Waktu. Waktu siaran relative terbatas, hanya 24 jam sehari, berbeda dengan surat kabar, yang bisa menambah jumlah halaman dengan bebas. Waktu 24 jam sehari tidak bisa ditambah menjadi 25 jam atau lebih. 4) Beralur Linier. Program disajikan dan dinikmati pendengar berdasarkan urutan yang sudah ada, tidak bisa meloncat-loncat. Beda dengan surat kabar, pembaca bisa langsung ke halaman tengah, akhir, atau langsung ke rubrik yang ia sukai. 5) Mengandung Gangguan. Seperti timbul –tenggelam (fading) dan gangguan teknis “*channel noise factor*”.”(Romli, 2004: 25-26)

Pernyataan di atas menggambarkan bahwa radio sebagai media massa elektronik yang memiliki fungsi mendidik, menghibur, serta memberikan informasi tercepat kepada khalayak selain memiliki keunggulan juga memiliki kelemahan. Namun tidak dapat dipungkiri dari banyak kelebihan yang dimiliki radio juga memiliki kelemahan dalam proses penyiarannya oleh karena itu dibutuhkan adanya sebuah evaluasi agar segala kekurangan ini tidak mengurangi fungsi dari media (radio) itu sendiri.

4. Eksistensi Radio Komunitas

Memang sebelum disahkannya UU no 32 tahun 2002 tentang penyiaran, radio komunitas di Indonesia sering disebut radio illegal atau radio gelap dan sering juga disebut-sebut sebagai pencuri frekuensi oleh pemerintah. Namun semenjak UU no 32 tahun 2002 tentang penyiaran tersebut berlaku efektif pada Desember 2002, maka peta dunia penyiaran di Indonesia langsung berubah, setidaknya dengan disahkannya keberadaan Lembaga Penyiaran Komunitas dalam sistem penyiaran nasional.

Undang-undang nomor 23 Tahun 2002 tentang Penyiaran mengakui keberadaan lembaga penyiaran komunitas disamping lembaga penyiaran publik, swasta dan berlangganan. UU Penyiaran memberikan kewenangan terhadap komunitas untuk menyelenggarakan penyiaran, asalkan memenuhi ketentuan bahwa siaran komunitas tersebut bersifat Independen, dan tidak komersial, dengan daya pancar rendah, luas, jangkuan wilayah terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya. Penyelenggaraan penyiaran komunitas ditujukan untuk mendidik dan memajukan masyarakat dalam mencapai kesejahteraan, dengan melaksanakan program acara yang meliputi budaya, pendidikan, dan informasi yang menggambarkan identitas bangsa.

Khalayak lembaga penyiaran komunitas berasal dari komunitas tertentu, lembaga penyiaran komunitas dikelola oleh komunitas itu sendiri secara swadaya dan Independen mulai dari proses pendirian, pengelolaan, serta proses evaluasi dan *monitoring*. Ide dasar lahirnya lembaga penyiaran komunitas menyediakan tempat bagi warga komunitas untuk berbincang, berdiskusi, berkesenian, ataupun menyampaikan pendapat yang berkenaan dengan kepentingan bersama, sehingga

dapat dikatakan bahwa lembaga penyiaran komunitas merupakan media yang hadir dari, oleh, dan untuk komunitasnya sendiri. Partisipasi dalam pengelolaan maupun mengisi acara akan mendorong kreatifitas warga sehingga nantinya dapat mengembangkan pembelajaran mengenai demokrasi. Demokrasi itu sendiri memungkinkan munculnya ide-ide baru yang bermanfaat bagi pemecahan masalah yang berlandaskan situasi masyarakat itu sendiri.

Menurut Schram (1964), peranan utama yang dapat dilakukan media massa dalam pembangunan adalah membantu memperkenalkan perubahan sosial. Dalam hal ini media massa dapat dimanfaatkan untuk merangsang proses pengambilan keputusan, memperkenalkan usaha modernisasi, serta menyampaikan program pembangunan kepada masyarakat perdesaan. Dengan kata lain peranan media massa adalah sebagai agen pembaharu (*agen of social change*).

Lembaga penyiaran komunitas ini menekankan pada pelayanan dan berorientasi pada partisipasi anggota komunitasnya sehingga materi siarannya dekat dengan keseharian komunitas tersebut. Isi siaran media komunitas ini mengedepankan unsur kedekatan dengan situasi lokal, misalnya dengan menghadirkan kekayaan sosial dan budaya setempat. Lembaga Penyiaran komunitas memberi peluang bagi eksplorasi diri dan menemukan identitas diri warga sesuai kekhasan lingkungan serta karakter sosial dan budaya setempat.

Menurut Luie N Tabing, stasiun radio komunitas atau radio swadaya masyarakat adalah suatu stasiun radio yang dioperasikan di suatu lingkungan atau wilayah atau daerah tertentu, yang diperuntukkan khusus bagi warga setempat, yang berisikan acara dengan diri utama informasi daerah (*local content*) setempat

diolah dan dikelola oleh warga setempat. Lingkungan atau wilayah yang dimaksud bisa didasarkan atas faktor geografisnya (bisa dalam kategori teritori kota, desa, wilayah atau kepulauan). Tetapi, bisa juga kumpulan dari masyarakat tertentu tetapi dengan tujuan yang sama dan karenanya tidak perlu dengan persyaratan harus tinggal disuatu wilayah geografis tertentu

5. Program Acara Di Radio An-nur

Adapun program-program acara di Radio An-nur sebagai berikut

Tabel 2.1 Program Acara Di Radio An-nur

Waktu / Hari	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU
06.00 - 09.00	Selamat pagi kota bertuah						
09.00 - 10.00	Nuansa an-nur						
10.00 - 12.00	Ensiklopedia Islam						
12.00 - 13.00	Relay Dzuhur						
13.00 - 16.00	Nada dan Dakwah						

6. Teori-Teori Pendukung

Dalam penelitian tentang eksistensi Radio An-nur dalam memenuhi kebutuhan informasi rohani islam bagi masyarakat kelurahan rejosari kota Pekanbaru, peneliti memilih Teori *Uses And Gratification*. Herbert dan Elihu Katz adalah orang pertama yang mengenalkan teori ini. Teori *uses and gratifications* (kegunaan dan kepuasan) ini dikenalkan pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses on Mass Communications: Current Perspectives on Grafitification*

Research. Teori *uses and gratifications* milik Blumer dan Katz ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *uses and gratifications* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya (Nurudin, 2011: 191-192).

Teori *uses and gratifications* lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya, manusia itu mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Menurut Blumer dan Katz menyatakan bahwa konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. Kita bisa memahami interaksi orang dengan media melalui pemanfaatan media oleh orang itu (*uses*) dan kepuasan yang diperoleh (*gratification*) (Nurudin, 2011: 192).

Teori *uses and gratifications* beroperasi dalam beberapa cara, yaitu: a. kebutuhan kognitif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai lingkungan. b. kebutuhan afektif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan, dan emosional. c. kebutuhan pribadi secara integratif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan-peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual. d. kebutuhan sosial secara integratif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga,

teman, dan dunia. e. kebutuhan pelepasan adalah kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan, dan hasrat akan keanekaragaman (Nurudin, 2011: 194-195).

Selain itu pendekatan ini mendasarkan teori pada keyakinan bahwa audiens memiliki seperangkat keinginan yang kompleks untuk mencari kepuasan dalam penggunaan media massa. Asumsi-asumsi yang mendasari pendekatan ini yaitu audiens aktif. Bahkan penerima pasif dari apa pun yang disiarkan media. Ia memilih juga memilah dan menggunakan isi program. Audiens dibebaskan untuk memilih media dan program yang dianggap paling mampu memuaskan kebutuhan mereka. Produsen media mungkin tidak menyadari program mana yang dipilih untuk digunakan, dan audiens yang berbeda mungkin juga menggunakan program yang sama untuk memuaskan kebutuhan mereka (Fiske, 2014)

B. Penelitian Terdahulu yang relevan

- a) Atie Rachmiate, Keberadaan Radio Komunitas Sebagai Eskalasi Demoktratisasi Komunikasi Pada Komunitas Perdesaan Di Jawa Barat, Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, 2005. Dalam penelitian ini peneliti memperoleh hasil dan kesimpulan bahwa Keberadaan Radio Komunitas Sebagai Eskalasi Demoktratisasi Komunikasi Pada Komunitas Perdesaan Di Jawa Barat dengan peran dan fungsi radio komunitas di pedesaan belum optimal sebagai media kecepatan dan perluasan informasi antar warga serta dalam meningkatkan intensitas komunikasi interaktif secara kolektif.

Oleh karena di pengaruhi oleh tradisi-tradisi komunikasi yang sudah mapan dalam bentuk informal, lebih bersifat *topdown* untuk wilayah tertutup dan bersifat *horizontal* untuk wilayah terbuka. Penyelenggaraan radio komunitas secara teknis, manajerial, pemanfaatan sumber daya belum optimal, karena terdapat berbagai hambatan/kendala. Pada wilayah tertutup, kendala utamanya aspek keterisolasian fisik, akses informasi rendah dan kondisi SDM khususnya pada budaya paternalistik. Kendala dalam penyelenggaraan radio komunitas ini pada gilirannya akan berakibat pada proses eskalasi demokratisasi komunikasi.

- b) Sari Eva Yanti, Eksistensi Radio Republik Indonesia (RRI) Palembang Pada Era Media Online, Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Patah Palembang, 2016. Dalam penelitian ini peneliti memperoleh hasil dan kesimpulan bahwa hasil penelitian ini berita yang disiarkan oleh RRI memenuhi karakteristik berita radio yakni segera dan cepat, aktual dan faktual, penting bagi masyarakat luas, relevan dan berdampak luas. Keberadaan RRI masih eksis sampai saat ini, dibuatnya radio *webcasting* RRI pun merupakan bentuk inovasi RRI serta mempertahankan keeksistensinya agar tidak tertinggal di era serba *online* seperti sekarang.

1. Perbandingan

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah disampaikan di atas, ada beberapa hal perbedaan dan kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh

peneliti, adapun persamaan penelitian ini yaitu pada objeknya sama-sama mengambil objek pada radio dan bentuk penelitiannya berbentuk kualitatif. Dan perbedaannya yaitu dapat dilihat dari jumlah sampel yang digunakan serta bentuk sarana yang diteliti dalam penyiaran radio tersebut.

C. Definisi Operasional

Di bawah ini peneliti akan membahas sedikit tentang definisi operasional dari penelitian ini adalah:

- 1) Eksistensi bisa kita kenal juga dengan satu kata yaitu keberadaan. Dimana keberadaan yang dimaksud adalah adanya pengaruh atas ada atau tidak adanya kita.
- 2) Radio merupakan salah satu jenis media massa yakni sasaran atau saluran komunikasi massa, ciri khas utama radio adalah auditif, yakni dikonsumsi telinga atau pendengaran.
- 3) Radio komunitas merupakan radio penyiaran yang didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen, dan tidak komersial, dengan daya pancar rendah, luas jangkuan wilayah terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya. Penyiaran radio komunitas diselenggarakan: a) tidak untuk mencari laba atau keuntungan semata, b) untuk mendidik dan memajukan masyarakat dalam mencapai kesejahteraan, dengan melaksanakan program acara yang meliputi budaya, pendidikan, dan informasi yang menggambarkan identitas bangsa.

- 4) Informasi rohani islam adalah sekumpulan data/fakta yang diorganisasi atau diolah dengan cara tertentu sehingga mempunyai arti bagi penerima. Data yang telah diolah menjadi sesuatu yang berguna bagi si penerima maksudnya yaitu dapat memberikan keterangan atau pengetahuan tentang informasi tersebut.

