

RADIO SEBAGAI SARANA MEDIA MASSA ELEKTRONIK

Nur Ahmad
STAIN Kudus
ahmadnur73@gmail.com

Abstrak

Salah satunya ditanda'inya era globalisasi dan informasi adalah adanya kemajuan bidang teknologi informasi. Dengan teknologi informasi segalanya menjadi mudah. Kalau dulu seseorang yang ingin menyampaikan pesan ke seseorang yang berada di tempat yang jauh menggunakan surat secara tertulis dengan menggunakan jasa layanan POS, namun dengan kemajuan teknologi informasi pesan dalam sekejap saja dapat sampai ke penerima pesan. Semisal melalui telepon maupun menggunakan media lainnya, termasuk dalam hal ini jasa layanan radio. Adanya radio sebagai media massa elektronik tentunya lebih memudahkan sarana informasi. Di sinilah urgensinya teknologi informasi dapat digunakan untuk berbagai keperluan, termasuk dapat digunakan sebagai penyampai pesan-pesan ajaran Islam. Selain radio juga dapat digunakan sebagai media yang dapat menyapa ke semua lapisan masyarakat. Radio memiliki jangkauan yang cukup luas, terlebih bila menggunakan teknologi streaming, dapat menjangkau ke seluruh dunia. Sehingga informasi juga dapat menyentuh ke semua khalayak umum. Disamping radio, kita juga mengenal internet sebagai penyambung streaming radio. Bahkan dengan internet program siaran radio dapat kita akses dengan mudah. Oleh karena itu media radio sangat praktis dan efisien untuk suatu sarana media massa yang bersifat informasi dan ini merupakan suatu keharusan yang tidak bisa ditawar lagi. Maksud serta tujuan media radio adalah untuk memberikan

kepada khalayak pendengar agar dapat menikmati informasi maupun program-program siaran radio baik sebagai suatu siaran hiburan, edukasi maupun informasi. Radio ternyata memberikan manfaat yang sangat luar biasa. Keunggulannya mencapai efisiensi waktu, sehingga mampu menghasilkan informasi dalam waktu yang singkat.

Kata Kunci: *Radio, Media Massa Elektronik*

A. Pendahuluan

Perkembangan radio dimulai dari penemuan *phonograph* (gramofon), yang juga bisa digunakan memainkan rekaman, oleh Edison pada tahun 1877. Pada saat yang sama James Clerk Maxwell dan Helmholtz Hertz melakukan eksperimen elektromagnetik untuk mempelajari fenomena yang kemudian dikenal sebagai gelombang radio. Keduanya menemukan bahwa gelombang radio merambat dalam bentuk bulatan, sama seperti ketika kita menjatuhkan sesuatu pada air yang tenang. Riak gelombang yang dihasilkan akibat benda yang jatuh tersebut secara sederhana dapat menggambarkan bagaimana gelombang radio merambat. Jumlah gelombang radio diukur dengan satuan Hertz.

Marconi adalah, orang yang kemudian memanfaatkan kedua penemuan di atas untuk mengembangkan sistem komunikasi melalui gelombang radio pada tahun 1896. Usaha Marconi ketika itu baru berhasil pada tahap pengiriman gelombang radio secara *on and off* (nyala dan mati), sehingga baru bisa menyiarkan kode telegraf. Lee De Frost lalu menemukan *vacuum tube* pada tahun 1906. *Vacuum tube* mampu menangkap signal radio sekalipun lemah. Pada tahun yang sama Reginald Fessenden menciptakan ‘penyiaran’ pertama dengan menggunakan telepon sebagai mikrofon. Siaran radio secara regular di mulai pada tahun 1912 oleh Charles Herrold.

Di samping menjadi pionir penyiaran radio komersial, AT&T juga mengembangkan sayap bisnis penyiaran radio secara berjangkauan (*networking*) dengan menggunakan saluran telepon. Sistem berjangkauan selain memberi keuntungan pada pembuatan program berkualitas dengan biaya murah (karena ditanggung tiap stasiun dalam jaringan) seperti musik dan drama, juga menciptakan pasar pengiklan yang lebih luas.

Radio kemudian memasuki masa keemasan, yakni masa sebelum Perang Dunia II. Ketika itu radio adalah wahana informasi, hiburan sekaligus teman. Bagi individu ketika itu radio begitu special. Banyak stasiun ketika itu memiliki sendiri staf orkestra untuk memainkan jaz atau program *symphonic*. Bahkan tak jarang, studio juga memiliki kelompok pemain drama. Tiap stasiun memiliki pendengar loyal tersendiri. Begitu juga dengan dunia penyiaran ketika itu. Walaupun dengan perlengkapan yang tertinggal bila dibandingkan dengan sekarang ini, namun menyiarkan ketika itu dianggap sebagai bagian ‘menyihir audien’. Kru siaran memakai *tuxedo*, dan semuanya dilakukan serba formal. Gaya formal siaran formal masih berlanjut hingga akhir 1940.

Pada tahun 1960, siaran radio memasuki masa penting dengan dikembangkannya teknologi siaran menggunakan frekuensi FM. Teknologi FM sebenarnya telah ditemukan pada tahun 1930-an, namun ketika itu baru sedikit saja pesawat radio bisa menerima siaran FM. Walaupun daya jangkau lebih rendah, namun dibandingkan AM siaran FM menghasilkan suara yang lebih jernih dengan efek suara stereo. Kelebihan ini pada gilirannya mendorong pemilik stasiun AM untuk beralih bersiaran FM. Puncak dari kesuksesan siaran FM dapat terlihat dari data tahun 1993 yang dipublikasikan oleh Straubhaard (2003: 163) yang mengatakan bahwa 77% pendengar musik berada di wilayah siaran FM. (Mufid, 2005: 27)

Perkembangan media komunikasi modern dewasa ini telah memungkinkan orang diseluruh dunia untuk dapat saling berkomunikasi. Hal ini dimungkinkan karena adanya berbagai media (*channel*) yang dapat digunakan sebagai sarana penyampaian pesan. Media penyiaran, yaitu radio dan televisi merupakan salah satu bentuk media massa yang efisien dalam mencapai audiennya dalam jumlah yang sangat banyak. Karenanya media penyiaran memegang peranan yang sangat penting dalam ilmu komunikasi pada umumnya dan khususnya ilmu komunikasi massa.

Kemampuan media penyiaran untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas menjadikan media penyiaran sebagai objek penelitian penting dalam ilmu komunikasi massa, di samping

ilmu komunikasi lainnya, yaitu ilmu komunikasi antarpribadi, kemudian kelompok, dan komunikasi organisasi.

Media penyiaran merupakan organisasi yang menyebarkan informasi yang berupa produk budaya atau pesan yang memengaruhi dan mencerminkan budaya dalam masyarakat. Oleh Karena itu, seperti politik atau ekonomi, media massa khususnya media penyiaran merupakan suatu sistem tersendiri yang merupakan bagian dari sistem kemasyarakatan yang lebih luas (Rahardjo, 2002:51).

Studi komunikasi massa secara umum membahas dua hal pokok yaitu: *Pertama*, studi komunikasi massa yang melihat peran media massa terhadap masyarakat luas beserta institusi-institusinya. Pandangan ini menggambarkan keterkaitan antara media dengan berbagai institusi lain seperti institusi politik, ekonomi, pendidikan, agama, dan sebagainya. Teori-teori yang berkenaan dengan hal ini berupaya menjelaskan posisi atau kedudukan media massa dalam masyarakat dan terjadinya saling memengaruhi antara berbagai struktur kemasyarakatan dengan media. *Kedua*, studi komunikasi massa yang melihat hubungan antara media dengan audiennya, baik secara kelompok maupun individual. Teori-teori mengenai hubungan antara media audien terutama menekankan pada efek-efek individu dan kelompok sebagai hasil interaksi dengan media. (Morissan, 2015: 14)

B. Pembahasan

1. Masa Awal Pembentukan Komunikasi Massa

Sepanjang terekam dalam literature, teoretisasi komunikasi dimulai sejak masa Yunani Kuno. Ketika itu Corax mengajarkan teori berbicara di depan pengadilan, yang kemudian dianggap sebagai cikal bakal keterampilan persuasi (membujuk). Salah satu murid Corax yang terkenal adalah Titis, yang kemudian mengambil istilah *rhetoric* sebagai nama bagi keterampilan tersebut.

Era Tisis kemudian digantikan oleh Aristoteles (385-322 SM) dan gurunya Plato (427-347 SM). Kedua orang tersebut merupakan figure penting dalam mengembangkan disiplin komunikasi. Aristoteles (dalam Ruben, 2002: 21) mengatakan

bahwa komunikasi adalah alat dimana warga masyarakat dapat berpartisipasi dalam demokrasi. Aristoteles ketika itu mendudukan komunikasi sebagai keterampilan melakukan orasi dan menyusun argument untuk disampaikan kepada pendengar. Tujuan dari komunikasi, kata Aristoteles, adalah untuk memberi kesan positif tentang pembicaraan, sehingga pendengar akan menerima apa yang disampaikan pembicara. Lebih jauh Plato mengatakan bahwa keterampilan komunikasi haruslah mencakup pula pengetahuan tentang sifat alami dari kata, sifat manusia dan bagaimana manusia memandang hidup, susunan alam dan studi tentang instrument apa yang dapat mempengaruhi manusia. Jelaslah bahwa kedua tokoh tersebut mengajar komunikasi sebagai keterampilan berbicara di depan umum (*public speaking*).

2. Masa Pembentukan Komunikasi Massa Periode 1980-1990

Periode ini disebut pula sebagai era informasi (*information age*). Periode ini ditandai oleh:

a. Informasi sebagai komoditas

Pada masa ini informasi dan pesan dilihat sebagai barang/komoditas ekonomi yang dapat diperjualbelikan. Periode ini juga ditanda'i munculnya perusahaan-perusahaan besar yang bergerak dalam bisnis informasi seperti IBM, AT&T dan Xerox. Komunikasi pada era ini menjadi nafas perkembangan bidang telekomunikasi, percetakan, industri komputer, bank, penelitian dan hiburan. Setengah dari tenaga kerja negara maju seperti AS, Jepang, Swedia, dan Inggris bahkan bekerja pada sektor komunikasi-informasi.

b. Tumbuhnya Media massa Baru

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi komputer, media massa juga mengalami perubahan signifikan. Media massa baru yang mengadopsi teknologi komputer tersebut memungkinkan proses pengiriman dan penerimaan pesan menjadi lebih hemat waktu, mudah, dan efektif.

Televisi pada masa ini tidak hanya berfungsi sebagai medium melihat penyebaran program, namun televisi pada

masa tersebut juga bisa berfungsi sekaligus sebagai piranti sistem jaringan kabel, video game dan layar computer. Begitu pula dengan telepon. Jika sebelumnya telepon diciptakan sebagai perangkat berkomunikasi orang perorangan, maka pada masa tersebut telepon dapat digunakan untuk berkomunikasi massal.

c. Penguatan hubungan interdisiplin

Studi pengiriman dan penerimaan pesan oleh individu, kelompok, organisasi, kultur, dan masyarakat pada era ini melibatkan wilayah studi lain, seperti: 1) Psikologi kognitif; fokus pada persepsi, interpretasi, penyimpanan dan penggunaan informasi. 2) Studi kebudayaan; fokus pada pengaruh historis, sosial dan kultural terhadap pembentukan, pengiriman, interpretasi dan penggunaan pesan. 3) Ekomomi; fokus pada produksi dan konsumsi informasi sebagai entitas ekonomi. 4) Ilmu komputer; fokus pada penyimpanan, penggunaan kembali (retrieval), manipulasi, dan pengiriman informasi. 5) Jurnalisme; fokus pada sumber informasi, isi, komunikasi publik, dan media. 6) Marketing; fokus pada kebutuhan pengguna (user) untuk menggunakan pesan, produk dan jasa (Mufid, 2010:15).

3. Teori Komunikasi pada Masa Kini

Seiring dengan perkembangan zaman, teori komunikasi hingga kini masih terus berkembang. Staubhaar, seorang teoretisi komunikasi dari University of Texas, AS, mengatakan komunikasi kekinian adalah komunikasi yang termediasi oleh teknologi dalam berbagai bentuk jenis media baru. Media baru tersebut sejatinya adalah media massa yang mengalami perubahan konsep secara cepat seiring dengan teknologi computer, internet dan telekomunikasi digital. Tumbuhnya media baru juga diikuti oleh meningkatnya akumulasi konsumsi informasi. Di negara maju seperti AS, rata-rata orang menonton TV adalah 2600 jam per tahun, atau setara dengan 325 hari efektif kerja.

Proses perkembangan komunikasi pada periode ini secara umum mengikuti pola perubahan: a) Perubahan sudut pandang komunikasi, dari yang menitikberatkan pada pesan dan sumber bergeser pada penerima dan makna pasien. b) Dari satu arah menjadi bolak-balik bahkan berputar (*circular*).c) Jadi

statis menjadi *process-oriented* (berorientasi pada proses). d) Dari yang menekankan pada pengiriman informasi berubah menjadi menekankan pada interpretasi. e) Dari menekankan pada *public speaking* menjadi komunikasi yang menekankan pada konteks individu, hubungan, organisasi, masyarakat, dan media.

Sedangkan sebagai disiplin akademis, paling tidak komunikasi kini memiliki nama cabang kajian, yaitu: a) *Interpersonal communication*, berhubungan dengan interaksi antar-individu. b) *Group communication*, berhubungan dengan interaksi manusia dalam kelompok yang kecil. c) *Organizational communication*, terjadi dalam lingkup jaringan kooperasi yang luas. d) *Mass communication*, terkait dengan komunikasi public dengan menggunakan media massa. e) *Intercultural studies*; kajian yang berhubungan dengan pola komunikasi antara individu yang memiliki latar belakang kultur yang berbeda. (Mufid, 2005: 17)

4. Sejarah Dan Sifat Penyiaran Radio

Sejarah media penyiaran dunia dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu sejarah media penyiaran sebagai penemuan teknologi dan sejarah media penyiaran sebagai suatu industri. Sejarah media penyiaran sebagai penemuan teknologi berawal dari ditemukannya radio oleh para ahli teknik di Eropa dan Amerika. Sejarah media penyiaran sebagai suatu industri di mulai di Amerika. Dengan demikian, mempelajari sejarah media penyiaran dunia, baik sebagai penemuan teknologi maupun industri nyaris hampir sama dengan mempelajari sejarah penyiaran di Amerika Serikat. Pada bagian ini, akan dibahas sejarah penyiaran dunia dan juga sejarah penyiaran di Indonesia.

Sejarah media penyiaran dunia dimulai ketika ahli fisika Jerman bernama Heinrich Hertz pada tahun 1887 berhasil mengirim dan menerima gelombang radio. Upaya Hertz itu kemudian dilanjutkan oleh Guglielmo Marconi (1874-1937) dari Italia yang sukses mengirimkan sinyal morse-berupa titik dan garis dari sebuah pemancar kepada suatu alat penerima. Sinyal yang dikirimkan Marconi itu berhasil menyeberangi Samudra Atlantik pada tahun 1901 dengan menggunakan gelombang elektromagnetik.

Radio awalnya cenderung diremehkan dan perhatian kepada penemuan baru itu hanya terpusat sebagai alat teknologi transmisi. Radio lebih banyak digunakan oleh militer dan pemerintahan untuk kebutuhan penyampaian informasi dan berita. Radio lebih banyak dimanfaatkan para penguasa untuk tujuan yang berkaitan dengan ideologi dan politik secara umum. Ada beberapa faktor efektivitas radio siaran, disebabkan daya kekuatan yang dimilikinya, yaitu daya langsung, daya tembus, dan daya tarik.

a. Daya Langsung

Tabligh melalui siaran radio, untuk mencapai sasarannya, yakni para pendengar, tidak mengalami proses yang komplek. Setiap materi tabligh tinggal diucapkan di depan corong radio sebanyak yang diinginkan. Pelaksanaannya pun berlangsung dengan mudah dan cepat. Setiap informasi atau berita yang terjadi, saat itu pun dapat disiarkan secara “*stop press*” (langsung) di tengah-tengah siaran apa saja secara berulang kali. Bahkan, suatu peristiwa dapat diikuti oleh pendengar pada saat peristiwa berlangsung.

b. Daya Tembus

Daya tembus yang dimaksud ialah bahwa siaran radio tidak mengenal jarak dan rintangan. Selain waktu, jarak pun tidak menjadi masalah. Bagaimanapun jauhnya tempat yang dituju, oleh tabligh lewat radio siaran, dapat ditembusnya, selama dalam jangkauan pemancar. Di gunung, di lembah, di padang pasir, di rawa, di hutan, di pedalaman, di lautan, di pedesaan, apalagi di perkotaan, semua tidak menjadi rintangan bagi radio siaran.

c. Daya Tarik

Faktor selanjutnya yang menjadikan radio tetap hidup dan diminati adalah adanya daya tarik, yaitu sifat tabligh yang serba hidup berkat tiga unsur yang ada padanya. Tiga unsur tersebut yaitu musik (*music*), kata-kata (*spoken word*), dan efek suara (*sound effect*). (Baca Morissan, 2015).

Peran radio dalam penyampaian pesan mulai diakui pada tahun 1909, ketika informasi yang dikirimkan melalui radio berhasil menyelamatkan seluruh penumpang kapal laut yang mengalami

kecelakaan dan tenggelam. Radio menjadi medium yang teruji dalam penyampaian informasi yang cepat dan akurat sehingga kemudian semua orang mulai melirik media ini. Siaran radio dapat dikatakan efektif apabila pendengar terpicat perhatiannya, mengerti, serta tergerak hatinya untuk melakukan kegiatan yang diinginkan penyiar. Oleh karena itu, dalam hal ini penting diadakan penelitian mengenai sifat-sifat pendengar. Misalnya, jam berapa biasanya mereka bangun, sarapan pagi, berangkat kerja, pulang kerja, makan malam, program yang disukai, berita yang biasanya mereka dengarkan, penerangan apa yang mereka perlukan, pendidikan apa yang mereka perlukan, serta sejumlah pertanyaan lain lagi menyangkut pertanyaan untuk mengetahui kebiasaan, kesenangan, dan keinginan pendengar.

Selain itu, ada beberapa sifat pendengar radio siaran yang turut menentukan gaya bahasa, yaitu heterogen, pribadi, aktif, dan selektif. Gaya siaran dalam sebuah radio adalah makanan bagi indera pendengaran atau telinga kita, sehingga berbagai siaran yang dikemasnya perlu disesuaikan dengan hal-hal yang dapat dipahami oleh indera telinga ini. Karena itu, apa yang disajikan untuk dibaca, belum tentu sesuai untuk didengarkan. Susunan berita untuk koran belum tentu akan mencapai tujuan jika dihidangkan melalui siaran radio. Begitu juga susunan pidato untuk disampaikan dalam acara Tabligh Akbar, belum tentu akan sama sukses jika disampaikan melalui corong radio. Ini berarti bahwa radio memiliki gaya tersendiri.

Untuk itu, terdapat ketentuan-ketentuan mengenai bentuk dan susunan kalimat untuk radio siaran; kata-kata yang boleh dipergunakan dan yang sebaliknya dihindarkan pemakaiannya ketika siaran. Bahkan, di Amerika Serikat telah diadakan penyelidikan kata mana saja yang lebih besar daya penerimaannya dan yang mudah ditangkap pengertiannya oleh rata-rata pendengar. Selain itu, ditentukan pula bagaimana cara membawakannya. Kata-kata yang memiliki kemiripan makna (sinonim) disusun menjadi daftar yang terurur, yang di dalamnya ditentukan kata-kata yang ringan untuk diucapkan serta akan jelas ditangkap oleh pendengar, misalnya : a). Kata “kalau” lebih

ringan daripada “apabila”. b). Kata “wafat” lebih ringan daripada “meninggal dunia” dan, c). Kata “pergi” lebih ringan daripada “berangkat” dan masih banyak lagi.

Pesawat radio yang pertama kali diciptakan, memiliki bentuk yang besar dan tidak menarik serta sulit digunakan karena menggunakan tenaga listrik dari baterai yang berukuran besar. Menggunakan pesawat radio ketika itu, membutuhkan kesabaran dan pengetahuan elektronik yang memadai. Tahun 1926, perusahaan manufaktur radio berhasil memperbaiki kualitas produknya. Pesawat radio sudah menggunakan tenaga listrik yang ada di rumah sehingga lebih praktis, menggunakan dua knop untuk mencari sinyal, antenna dan penampilannya yang lebih baik menyerupai peralatan furniture. Tahun 1925 sampai dengan tahun 1930, sebanyak 17 juta pesawat radio terjual kepada masyarakat dan dimulailah era radio menjadi media massa.

Seiring dengan munculnya berbagai stasiun radio, peran radio sebagai media massa semakin besar dan mulai menunjukkan kekuatannya dalam memengaruhi masyarakat. Pada tahun 1938, masyarakat Manhattan, New Jersey, Amerika Serikat panik dan geger serta banyak yang mengungsi ke luar kota ketika stasiun radio CBS menayangkan drama radio yang menceritakan makhluk ruang angkasa menyerang bumi. Meskipun sudah dijelaskan bahwa peristiwa serbuan itu hanya ada dalam siaran radio, namun kebanyakan penduduk tidak langsung percaya. Dalam sejarah siaran, peristiwa itu dicatat sebagai efek siaran paling dramatic yang pernah terjadi di muka bumi (Morissan, 2015: 3)

Media penyiaran sebagai salah satu bentuk media massa memiliki ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya, bahkan di antara sesama media penyiaran, misalnya antara radio dan televisi, terdapat berbagai perbedaan sifat. Media massa televisi meskipun sama dengan radio dan film sebagai media massa elektronik, tetapi mempunyai ciri dan sifat yang berbeda, terlebih lagi dengan media massa cetak seperti surat kabar dan majalah. Media cetak dapat dibaca kapan saja tetapi televisi dan radio hanya dapat dilihat sekilas dan tidak dapat diulang. Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal

dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut.

Upaya penyampaian informasi melalui media cetak, audio dan audiovisual, masing-masing memiliki kelebihan tetapi juga kelemahan. Penyebabnya adalah sifat fisik masing-masing jenis media. Jenis Media Cetak sifatnya diantaranya *Pertama*, dapat dibaca, dimana dan kapan saja. *Kedua*, dapat dibaca berulang-ulang. *Ketiga*, daya rangsang rendah. *Keempat*, pengolahan bisa mekanik, bisa listrik. *Kelima*, biaya relative rendah. Jenis media Radio sifatnya diantaranya *Pertama*, dapat didengar bila siaran. *Kedua*, dapat didengar kembali bila diputar kembali. *Ketiga*, daya rangsang rendah (Wahyudi, 1992 :30).

Pada ranah kepenyiaran, radio sebagai media massa komunikasi elektronik tentunya ada beberapa kekuatan yang di miliki oleh radio itu sendiri diantaranya : *Pertama*, menjaga mobilitas. Radio tetap berusaha agar mobilitas pendengar tetap tinggi. Dia dapat didengar tanpa harus menghentikan aktivitas, misalnya sambil mengemudikan kendaraan, belajar, bekerja, dan sebagainya. Keberadaan radio dalam setiap kesempatan dirasakan tidak mengganggu. *Kedua*, informasi tercepat. Ada yang menyebut radio dengan *Radio is the Now media*. Pengertian *now* di sini adalah kesegarannya. Dibandingkan dengan media cetak dan televisi, selain lebih cepat dalam proses penayangan informasi dan lebih murah dalam proses operasionalnya, radio dimungkinkan untuk menyebarkan informasi seketika. *Ketiga*, auditif. Meskipun hanya memproduksi suara bukan visual seperti media cetak atau visual bergerak seperti televisi, namun radio tetap dianggap memiliki keunggulan. Alasannya, proses operasional relatif lebih mudah, biaya operasionalnya murah, selain itu komunikasi dengan suara mempunyai kelebihan dalam pendekatan kepada pendengar. *Keempat*, menciptakan *theatre of mind*. Produksi radio yang hanya berupa suara tanpa gambar, justru mampu menciptakan 'imajinasi' yang sering menggoda

penasaran pendengar. Semisal, ketika mendengar suara penyiar ataupun penceramah, di benak pendengar akan muncul imajinasi tentang sosok sang penyiar sesuai dengan batasan fantasinya dengan mengolah karakter suara penyiar tersebut. Kekuatan imajinasi sering juga diistilahkan dengan *theatre of mind*. Kelima, komunikasi personal. Sifat radio dengan komunikasi personalnya sangat menguntungkan untuk menciptakan keakraban antara radio dengan pendengar sehingga ikatan kebutuhan dan saling menguntungkan menjadi kuat. *Keenam*, murah. Tidak disangkal bahwa dalam beberapa hal radio merupakan media komunikasi massa yang murah jika dibandingkan dengan media cetak dan televisi. Murah, karena pendengar pada umumnya tidak perlu membayar untuk mendengarkan radio. Beda dengan media cetak yang harus dibeli (Baca, Wahyudi: 1992).

Sejarah perkembangan radio di Indonesia dimulai ketika berdirinya RRI (Radio Republik Indonesia) tepat pada tanggal 11 September 1945 melalui rapat enam utusan radio di rumah Adang Kadarusaman, Jalan Menteng Dalam Jakarta. Pertemuan memutuskan untuk mendirikan RRI sekaligus memilih Dr. Abdulrahman Saleh sebagai pemimpin umum RRI. Pertemuan tersebut juga menghasilkan Piagam Tri Prasetya RRI. Pasang surut perkembangan penyiaran di Indonesia juga mempengaruhi kegiatan penyiaran radio itu sendiri. Penghapusan Departemen Penerangan pada era Aburrahman Wahid (Gus Dur) mengharuskan RRI berubah menjadi badan publik. Dengan keberadaan UU Penyiaran maka radio terbagi tiga, yaitu: 1) Lembaga Penyiaran Radio Publik RRI, 2) Lembaga Penyiaran Swasta, 3) Lembaga Penyiaran Komunitas. Hingga saat ini sudah banyak siaran radio swasta yang ada di Indonesia, bahkan radio komunitas lokal berbahasa daerah juga ada (Tamburaka, 2013: 55).

Radio dapat dikelompokkan sebagai media yang menguasai ruang tetapi tidak menguasai waktu, sedangkan media cetak menguasai waktu tetapi tidak menguasai ruang. Artinya, siaran dari suatu media televisi atau radio dapat diterima dimana saja dalam jangkauan pancarannya atau menguasai ruang, tetapi siarannya tidak dapat dilihat kembali tidak menguasai waktu.

Media cetak untuk sampai kepada pembacanya memerlukan waktu tidak menguasai ruang, tetapi dapat dibaca kapan saja dan dapat diulang-ulang menguasai waktu. Karena perbedaan sifat inilah yang menyebabkan adanya jurnalistik televisi, jurnalistik radio dan juga jurnalistik cetak, namun semuanya tetap tunduk pada ilmu induknya, yaitu ilmu komunikasi. Pada ilmu komunikasi dikenal sejumlah saluran komunikasi, yaitu bagaimana orang berkomunikasi untuk menyampaikan pesan kepada orang lain. upaya manusia untuk menyampaikan pesan ini secara garis besar terbagi atas dua, yaitu komunikasi tanpa media yaitu secara langsung (tatap muka) dan komunikasi dengan media. (Morissan, 2015: 12).

Perkembangan teknologi juga membawa perubahan hubungan antara radio dengan pendengarnya. Hubungan tersebut dapat dilihat dengan dua cara yaitu: *Pertama, Radio Pre television*, yakni ditanda'i dengan jaringan nasional yang besar, radio hari ini didominasi oleh format, karakteristik suara tertentu dari sebuah stasiun lokal. *Kedua, Radio Posttelevision* ditanda'i dengan lokal, terfragmentasi, khusus, personal dan *mobile*. Jika dulu radio disiarkan secara nasional oleh stasiun radio besar kini komunitas lokal pun dapat membuat stasiun radio lokal. Demikian pula jika dulu untuk menerima siaran radio harus memiliki radio *portable* sekarang melalui perangkat *personal mobile* yang ada di handphone, di kendaraan mobil atau *ipod* bahkan lewat komputer/laptop pendengar dapat mendengar berita dan musik (Tamburaka, 2013: 56).

5. Dampak Persaingan Penyiaran Radio

Lembaga penyiaran AS yaitu Viacom dan CBS (1999) melakukan merger terbesar dalam sejarah dunia penyiaran. Viacom sendiri sebelum melakukan merger telah memiliki *Paramount Pictures* yang pernah sukses dengan film *Titanic*, *Saving Private Ryan*, MTV, Nickelodeon. Selain itu CBS memiliki lima belas stasiun penyiaran termasuk penyiaran pertelevisian. Sebelumnya pada Westinghouse (1985) telah membeli CBS yang kemudian melibatkan merger 16 stasiun televisi, 21 stasiun radio FM, dan 18 stasiun radio AM. Setelah sepuluh tahun beroperasi

CBS melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) besar-besaran sebagai upaya penghematan biaya dan meningkatkan keuntungan dengan cara menggabungkan stasiun televisi yang ada (Werner, 2009:420).

Marger dalam kasus CBS tidak hanya merugikan pekerja media di dalamnya tetapi juga mematikan pelayanan berita terhadap publik yang selama itu dinikmati waraga AS. Sebelum merger setiap media memiliki *audience* dengan karakteristik tertentu, namun ketika di merger maka media-media yang sebelumnya ada telah menghitung dan digantikan dengan format media yang baru, dengan kata lain *audience* kehilangan layanan media yang mereka miliki selama ini.

FCC sebagai lembaga regulasi penyiaran AS (1999), oleh karena desakan deregulasi memutuskan pertama kalinya mengizinkan perusahaan media (tunggal) untuk memiliki dua stasiun televisi di kota-kota besar. Hal ini memberikan kesempatan kepada jaringan mata rantai media untuk berada dalam spektrum frekuensi penyiaran. Kebijakan ini memberi kesempatan untuk melakukan penghematan biaya. Dalam jangka waktu beberapa minggu, setelahnya *Newspaper Association of America* (Asosiasi Surat Kabar Amerika) mengajukan petisi kepada FCC agar menanggukkan kepemilikan silang 25 tahun terhadap surat kabar dan stasiun-stasiun televisi di bawah kepemilikan satu tangan pada pasar yang sama, dengan mengatakan bahwa surat kabar akan tersisih . (Tamburaka, 2013: 140)

Dalam bidang penyiaran radio, di AS misalnya, lembaga yang mengatur siaran FCC telah membatasi jumlah stasiun radio, yakni satu stasiun radio hanya boleh memiliki satu FM lokal dan satu FM nasional serta satu AM lokal dan satu AM nasional. Namun, setelah deregulasi UU Telekomunikasi tahun 1966, tidak ada lagi batas kepemilikan nasional sehingga satu perusahaan radio boleh memiliki hingga delapan stasiun radio. Kondisi ini membuka celah kepemilikan satu stasiun radio terhadap banyak frekuensi. Ada beberapa rantai kepemilikan radio seperti Clear, Channel, Cumulus, dan Citadel dengan 223 stasiun radio. (Tamburaka, 2013: 145)

Tren yang berlaku pada struktur industri media akhir-akhir ini adalah strategi-strategi yang diarahkan untuk memaksimalkan keuntungan, mengurangi biaya, dan meminimalkan risiko. Perubahan dalam struktur media serta praktiknya berpengaruh nyata pada isi media. Pengejaran keuntungan menjuruskan media pada homogenisasi sehingga isi pada media akan sering berbenturan dan menyesuaikan pada kepentingan bisnis yang mengejar keuntungan.

Melihat kondisi yang ada kemudian menganalisisnya dari segi regulasi penyiaran, bahwa sebenarnya dalam Undang-Undang Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002 Pasal 18, menyebutkan:

- a. Pemusatan kepemilikan dan penguasaan Lembaga Penyiaran Swasta oleh salah satu orang atau satu badan hukum, baik di satu wilayah siaran maupun di beberapa wilayah siaran, dibatasi.
- b. Kepemilikan silang antara Lembaga Penyiaran Swasta yang menyelenggarakan jasa penyiaran radio dan Lembaga Penyiaran Swasta yang menyelenggarakan jasa penyiaran televisi, antara Lembaga Penyiaran Swasta dan perusahaan media cetak, serta antara Lembaga Penyiaran Swasta dan lembaga penyiaran swasta jasa penyiaran lainnya, baik langsung maupun tidak langsung, dibatasi.
- c. Pengaturan jumlah dan cakupan wilayah siaran lokal, regional, dan nasional, baik untuk jasa penyiaran radio maupun jasa penyiaran televisi, disusun oleh KPI bersama pemerintah.
- d. Ketentuan lebih lanjut mengenai pembatasan kepemilikan dan penguasaan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dan pembatasan kepemilikan silang sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) disusun oleh KPI bersama Pemerintah.

Keberadaan regulasi tersebut sebenarnya untuk mengatur tatanan informasi nasional melalui sistem penyiaran yang adil, merata dan seimbang adalah kondisi informasi yang tertib, teratur dan harmonis terutama menyangkut arus informasi penyiaran antara pusat dan daerah, antar wilayah di Indonesia, serta antara Indonesia dan dunia internasional. (Tamburaka, 2013: 147)

6. Penyiaran sebagai Komunikasi Massa

Keunggulan teknologi industri telah mencapai efisiensi yang belum pernah terjadi sebelumnya, sehingga mampu menghasilkan alat-alat informasi, komunikasi dan transportasi sedemikian mudahnya dan dalam waktu yang singkat. Penyiaran, pada hakikatnya adalah salah satu keterampilan dasar manusia ketika berada pada posisi tidak mampu untuk menciptakan dan menggunakan pesan secara efektif untuk berkomunikasi. Penyiaran dalam konteks ini adalah alat untuk mendongkrak kapasitas dan efektivitas komunikasi massa.

Dalam teori media dan masyarakat massa (lihat Barran & Davis, 2000: 48) misalnya dikatakan bahwa media memiliki sejumlah asumsi untuk membentuk masyarakat, yakni:

- a. Media massa (tak terkecuali penyiaran) memiliki efek yang berbahaya sekaligus menular bagi masyarakat. Untuk meminimalisir efek ini di Eropa pada masa 1920-an, penyiaran dikendalikan oleh pemerintah, walaupun ternyata kebijakan ini justru berdampak buruk di Jerman dengan digunakannya penyiaran untuk propaganda Nazi.
- b. Media massa memiliki kekuatan untuk memengaruhi pola pikir rata-rata audiennya. Bahkan pada asumsi berikutnya dalam teori ini dikatakan bahwa ketika pola pikir seseorang sudah terpengaruh oleh media, maka semakin lama pengaruh tersebut semakin besar.
- c. Rata-rata orang yang terpengaruh oleh media, dikarenakan ia mengalami keterputusan dengan institusi sosial yang sebelumnya justru melindungi dari efek negatif media.

Penggunaan media sebagai wahana komunikasi sudah dilakukan oleh manusia sejak tahun 20.000 SM dalam bentuk pahatan di dinding gua atau asap api sebagai simbol komunikasi. Revolusi media semakin pesat ketika pada tahun 1.500 M Johannes Gutenberg memperkenalkan mesin cetak. Revolusi komunikasi pada puncaknya menciptakan masyarakat informasi (*information society*).

Di Indonesia, radio merupakan alat komunikasi penting

sejak negeri ini baru berdiri. Kepemilikan pesawat radio naik dengan pesat, hingga mencapai setengah juta yang berlisensi pada pertengahan 1950-an. Radio digunakan secara baik dibidang pendidikan, terutama pendidikan politik, seperti mempersiapkan para calon pemilih untuk pemilu pertama pada 1955. Indonesia yang merdeka mengikuti kebijakan pemerintah Jepang dalam hal monopoli siaran. Sampai terbentuknya Orde Baru, terdapat 39 stasiun RRI di seluruh Indonesia, menyiarkan kepada lebih dari satu juta radio berlisensi. Kota-kota besar menerima program regional dan nasional RRI.

Berita dan siaran lain yang dirancang khusus merupakan kewajiban di-*relay* semua stasiun RRI dari Jakarta. Stasiun daerah dapat menampung program dalam bahasa daerah dan program buatan lokal tanpa adanya televisi (hingga 1962), dengan tingkat melek huruf yang sangat rendah dan adanya pers yang relative beragam dan bebas, RRI merupakan medium pemerintah paling berpusat dan paling utama untuk memobilisasi opini publik.

Jelaslah bahwa penyiaran merupakan wahana komunikasi massa dasar yang telah terbukti efektivitasnya. Tanpa media komunikasi dasar, manusia tidak mungkin mendistribusikan satu pesan ke banyak penerima secara global. Tanpa perangkat seperti komuputer, mesin fotocopi, microfilm dan perangkat siar digital lainnya manusia akan sangat terbatas dalam menyampaikan dan menerima pesan. Dengan demikian, media memperluas komunikasi manusia dalam hal : 1) produksi dan distribusi pesan; dan 2) menerima, menyimpan, dan menggunakan kembali informasi. Produksi meliputi penciptaan pesan menggunakan media komunikasi, sedangkan distribusi meliputi : 1) transmisi, yakni memindahkan pesan. 2) reproduksi yang diikuti amplifikasi (penjelasan) pesan; dan 3) *display*, membuat pesat tampak secara fisik ketika sampai ke tujuan. Studi tentang penyiaran sebagai komunikasi massa mesti pula melihat berbagai teori tentang efek kouwikasi massa. Di antara teori yang menjelaskan hal tersebut adalah teori stimulus-respons, teori *two step flow* dan teori difusi inovasi (Sendjaja, 1998: 188) sebagaimana dalam Komunikasi dan Regulasi Penyiaran (Baca, Mufid, 2005: 22)

a. Teori Stimulus-Respon

Teori stimulus-respon juga memandang bahwa pesan dipersepsikan dan distribusikan secara sistematis dan dalam skala yang luas. Pesan, karenanya, tidak ditujukan kepada orang dalam kapasitasnya sebagai individu, tapi sebagai bagian dari masyarakat. Untuk mendistribusikan pesan sebanyak mungkin, penggunaan teknologi merupakan keharusan. Sedangkan individu yang tidak terjangkau oleh terpaan pesan, diasumsikan tidak akan terpengaruh oleh isi pesan.

Kelemahan dari stimulus-respons adalah penyamarataan individu. Bagaimanapun, pesan yang sama akan dipersepsi secara berbeda oleh individu dalam kondisi kejiwaan yang berbeda. Karenanya, pada tahun 1970, Melvin DeFleur melakukan modifikasi terhadap teori stimulus-respons dengan teorinya yang dikenal sebagai *individual difference theory*. DeFleur mengatakan bahwa pesan-pesan media berisi stimulus tertentu yang berinteraksi secara berbeda-beda sesuai dengan karakteristik pribadi individu.

b. Teori Komunikasi Dua Tahap

Teori ini berasal dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Paul Lazarsfeld mengenai efek media massa dalam kampanye pemilihan presiden di Amerika Serikat tahun 1940 (Sendjaja, 1998: 189). Studi tersebut dilakukan dengan asumsi bahwa proses stimulus-respons bekerja dalam menghasilkan efek media massa. Namun hasil penelitian menunjukkan sebaliknya; efek media massa ternyata rendah, dan asumsi stimulus-respons tidak cukup menggambarkan realitas audien media massa dalam menyebarkan arus informasi dan pembentukan pendapat umum.

Lazarsfeld kemudian mengajukan gagasan mengenai 'komunikasi dua arah' (*two step-flow communication*), yakni pengaruh media massa tidak secara langsung mengenai individu, tapi terlebih dahulu samapi ke pemuka pendapat (*opinion leader*) sebagaimana telah dijelaskan pada bagian 'perkembangan komunikasi'.

c. Teori Difusi Inovasi

Seperti dalam teori dua tahap, teori difusi inovasi pengaruh media juga dipandang tak secara langsung mengenai individu,

tetapi terdapat sumber non-media yang turut memengaruhi efektivitas pesan media. Hanya saja dalam teori ini, pengaruh non-media tidak merujuk pada *opinion leader*, tetapi pada siapa saja yang bisa memengaruhi, seperti tetangga atau teman. Karenanya, difusi melibatkan pengetahuan, persuasi, keputusan, dan konfirmasi. Sedangkan bila dilihat dari cara pengelolaan penyiaran sebagai medium komunikasi massa, maka terdapat tiga paradigma; otoritarianisme, liberal dan tanggung jawab sosial.

Otoritarianisme merupakan paradigma paling tua. Sejarahnya sama panjang dengan sejarah rezim otoriter itu sendiri. Penyiaran otoriter menempatkan media sebagai alat propaganda pemerintah. Fungsi penyiaran adalah menjustifikasi versi kebenaran negara (baca: penguasa) tentang berbagai persoalan yang muncul dalam kehidupan masyarakat. Dalam paradigma otoritarianisme, penyiaran boleh mengeluarkan kritik sejauh tak bertentangan dengan kepentingan *status quo*. Otoritas perizinan media penyiaran ada di tangan pemerintah. Izin dapat dicabut secara sepihak setiap saat, dan sensor penyiaran dilakukan secara ketat. Penyiaran era Orde Baru merupakan contoh nyaris sempurna penerapan paradigma otoritarianisme dalam dunia penyiaran.

Paradigma liberal adalah antitetis paradigma otoriter. Penyiaran tak lagi menjadi alat pemerintah, dan bisa dimiliki secara pribadi. Namun, hukum industrial membuat kepemilikan media hanya menjadi otoritas para pemodal besar. Kepentingan pemodal, pertama-tama adalah akumulasi keuntungan dan *privilege* sosial-politik dan kalau perlu baru kemudian kritik sosial. Dalam sistem liberal, kontrol terhadap media penyiaran ada di tangan para pemilik modal. Dunia penyiaran Indonesia dan penyiaran dunia sekarang ini secara keseluruhan terpengaruh oleh iklim liberalisme media penyiaran. Sedangkan paradigma tanggung jawab sosial merupakan pengembangan sekaligus kritik terhadap paradigma liberal. Prinsip bahwa penyiaran harus dilepaskan dari intervensi pemerintah, tetap dipertahankan. Namun, muncul sensibilitas besar terhadap dampak buruk penyiaran liberal, yakni kepemilikan media yang monopolistic dan dampak-dampaknya

terhadap potensi manipulasi informasi oleh kekuatan modal. Dari sinilah filosofi (*diversity of ownership*) keberagaman pemilikan dan (*diversity of content*) keberagaman isi berakar. (Mufid, 2005: 25)

C. Simpulan

Radio sebagai media massa elektronik tentunya lebih memudahkan sarana informasi. Di sinilah urgensinya teknologi informasi dapat digunakan untuk berbagai keperluan, termasuk dapat digunakan sebagai penyampai pesan-pesan ajaran Islam. Selain radio juga dapat digunakan sebagai media yang dapat menyapa ke semua lapisan masyarakat. Radio memiliki jangkauan yang cukup luas, terlebih bila menggunakan teknologi *streaming*, sehingga informasi juga dapat menyentuh ke semua khalayak umum seluruh dunia. Radio juga mampu memberikan manfaat yang sangat luas. Keunggulannya mencapai efisiensi ruang, sehingga mampu menghasilkan informasi dalam waktu yang singkat. Oleh karena itu media radio sangat praktis dan efisien untuk suatu sarana media massa yang bersifat informasi dan ini merupakan suatu keharusan yang tidak bisa ditawar lagi.

Radio dapat dikelompokkan sebagai media massa elektronik yang mampu menguasai ruang, Artinya siaran radio dari suatu media radio yang dapat diterima dimana saja dalam jangkauan pancarannya atau menguasai ruang, tetapi siarannya tidak dapat dilihat kembali tidak menguasai waktu. Radio sebagai media massa komunikasi elektronik tentunya juga mempunyai beberapa kekuatan yang di miliki oleh radio itu sendiri di antaranya: *Pertama*, menjaga mobilitas. Radio tetap berusaha agar mobilitas pendengar tetap tinggi. Dia dapat didengar tanpa harus menghentikan aktivitas, misalnya sambil mengemudikan kendaraan, belajar, bekerja, dan sebagainya. Keberadaan radio dalam setiap kesempatan dirasakan tidak mengganggu. *Kedua*, sebagai informasi tercepat. Ada yang menyebut radio dengan *Radio is the Now media*. Pengertian *now* di sini adalah kesegarannya. Dibandingkan dengan media cetak dan televisi, selain lebih cepat dalam proses penayangan informasi dan lebih murah dalam proses operasionalnya, radio dimungkinkan untuk menyebarkan informasi seketika. *Ketiga*, bersifat auditif. Meskipun hanya

memproduksi suara bukan visual seperti media cetak atau visual bergerak seperti televisi, namun radio tetap dianggap memiliki keunggulan. Alasannya, proses operasional relatif lebih mudah, biaya operasionalnya murah, selain itu komunikasi dengan suara mempunyai kelebihan dalam pendekatan kepada pendengar. *Keempat*, menciptakan *theatre of mind*. Produksi radio yang hanya berupa suara tanpa gambar, justru mampu menciptakan 'imajinasi' yang sering menggoda penasaran pendengar dan masih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriadi Tamburaka, 2013, *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, Jakarta, PT. Rajagrafindo Persada.
- Djuarsa Sendjaja, Tandiyo Pradekso, Turnomo Rahardjo, 2002, *Teori Komunikasi Massa: Media, Efek dan Audience, modul Teori Komunikasi*, Pusat Penerbitan Universitas Terbuka.
- J.B Wahyudi, 1992, *Teknologi Informasi dan Produksi Citra Bergerak*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.
- Morissan, 2015, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*, Jakarta, Kencana.
- Muhammad Mufid, 2010, *Komunikasi & Regulasi Penyiaran*, Jakarta, Kencana.
- Severen, Werner, J & James. W.Tankard. 2009. *Teori Komunikasi Sejarah Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta, Kencana.