

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ekonomi menjadi pondasi dalam mempengaruhi kesejahteraan suatu keluarga. Tak ayal banyak cara yang dilakukan oleh institusi terkecil keluarga untuk mendapatkan penghasilan dalam memenuhi kebutuhan sandang dan pangan seberapa pun ukuran jumlah pendapatan yang diperoleh. Penggunaan aspek lain untuk mendukung aktivitas ekonomi rumah tangga, suatu keluarga berusaha memiliki pengetahuan umum dalam upaya mewujudkan strategi-strategi jitu untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi rumah tangganya. Pengetahuan dan pendidikan akan dapat memungkinkan membantu meningkatkan potensi atau kemampuan seseorang memperoleh pendapatan.

Dewasa ini mendapatkan sumber pengetahuan banyak caranya. Seiring perkembangan waktu dan kemajuan teknologi yang disertai kebutuhan praktis berkomunikasi, untuk memperoleh pengetahuan bisa diperoleh melalui media televisi, majalah, telepon, internet dan *handphone*. Akses yang diperoleh pun memudahkan pengguna lebih praktis dalam mengkonsumsi alat-alat elektronik komunikasi tersebut dan mudah dijangkau harganya. Pengetahuan untuk ekonomi rumah tangga juga bisa didapat dari media-media tersebut. Salah satu sumber pengetahuannya bisa didapat dari media radio. Di samping sifatnya yang auditif di mana pendengar bisa fokus dengan pekerjaan utamanya sambil mendengarkan, murah, dan sifat yang lainnya adalah mengajak pendengar

untuk berimajinatif. Wujud motif ekonomi seseorang tidak hanya dari kemauan sendiri atau dari dorongan orang lain tapi juga berasal dari media.

Salah satu organisasi sosial yang menjalankan fungsi untuk mengurus kepentingan dan mencapai tujuan bersama dalam dinamika kehidupan bermasyarakat adalah USC SATUNAMA. Lembaga Swadaya Masyarakat ini fokus utamanya pada pemberdayaan masyarakat dalam mewujudkan masyarakat Indonesia yang mandiri, berkeadilan sosial dengan mengembangkan potensi lokal, dan meningkatkan kemitraan antar rakyat. Sasaran dari lembaga ini adalah masyarakat yang marginal di kawasan kota yang padat penduduk dengan masyarakat urbannya juga termasuk masyarakat yang berada di daerah-daerah pinggiran kota seperti para petani dan para buruh. Organisasi USC SATUNAMA menjalankan visi dan misi dalam menghapus dimensi kemiskinan masyarakat marginal dengan memiliki beberapa divisi yang membantu program utamanya.

USC SATUNAMA memiliki divisi khusus yang bernama *Self Reliant Service*, di mana ada unit radio yang bernama Radio SATUNAMA. USC SATUNAMA memilih media radio, karena informasi untuk bisa sampai ke masyarakat mampu dijangkau hingga ke lapisan terbawah dan kembali pada sifat dasar radio yang murah, dan mudah diperoleh oleh sebab itulah digunakan untuk menyebarkan visi dan misi USC SATUNAMA. USC SATUNAMA memiliki media radio yang bernama Radio SATUNAMA sehingga masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya bisa menikmati siaran radio ini di frekuensi AM 864 Khz. Perkembangan informasi yang semakin berkembang pesat juga

mempengaruhi pola konsumsi masyarakat untuk menikmati berbagai acara radio seperti hiburan, informasi dan pendidikan. Selain itu, radio juga sebagai media mempromosikan produk, dan jasa.

Radio SATUNAMA dengan jargon “*Radione Wong Cilik*” menyajikan program-program radio yang dekat dengan kehidupan masyarakat kelas menengah ke bawah tapi bukan berarti masyarakat yang sudah mapan perekonomiannya tidak dapat menikmati program acara dari radio SATUNAMA, ada pula siaran-siaran kesenian tradisional sebagai acara alternatif yang disukai oleh masyarakat menengah ke atas yang merupakan siaran-siaran tidak selalu mengikuti jalur *mainstream* radio-radio swasta pada umumnya yang isinya adalah hiburan saja.

Ada program-program Radio SATUNAMA yang sifatnya dialog antara pendengar dengan radio yaitu di program-program konsultasi dan salah satunya adalah program Konsultasi Ekonomi Rumah Tangga atau biasa disebut Konsultasi ERT. Acara ini dikemas dengan tujuan memberikan “*verstehen*” kepada pendengar yaitu cara mengelola ekonomi rumah tangganya di keluarga masing-masing. Pelaksanaan program ini dimaksudkan sebagai media sosialisasi pemberdayaan ekonomi masyarakat, di mana pasangan suami istri atau yang hidup sendiri tanpa didampingi suami atau istri, apapun itu latar belakang mata pencahariannya agar mampu memanajemen penghasilannya untuk lebih baik sehingga tidak terjadi pengeluaran lebih besar dari penghasilan. Perlu juga jiwa kesabaran dalam mengatur pola kebiasaan anggota keluarga dalam mengkonsumsi sesuatu.

Penulis memiliki minat terhadap perkembangan dunia media massa dan memilih media radio untuk kegiatan *Internship* sebagai salah satu bagian tugas akhir dari Program Studi Sosiologi dan selanjutnya melakukan penelitian mengenai peran sosial radio dan mengangkat Radio SATUNAMA sebagai objek penelitian ini. Selama mengikuti proses *Internship* di Radio SATUNAMA, penulis menemukan persoalan-persoalan yang menyelumiti tujuan dari visi dan misi radio ini terutama untuk program acara Konsultasi ERT. Pertama, Radio SATUNAMA secara struktur organisasi dalam tubuh USC SATUNAMA terletak di divisi *Self Reliant Service*, artinya masing-masing divisi saling berhubungan untuk mencapai tujuan dari visi dan misi USC SATUNAMA kepada masyarakat. Salah satu hubungan yang tidak dapat dipisahkan dengan divisi lain adalah kebutuhan narasumber dari divisi yang ada di USC SATUNAMA untuk program-program dialog interaktif oleh Radio SATUNAMA dengan pendengar. Untuk program acara Konsultasi ERT, tim Konsultasi ERT menggunakan narasumber dari divisi *People Empowerment* sebagai narasumber. Persoalan yang ditemukan ketika narasumber dari PEP tidak hadir karena kesibukan si narasumber.

Tetapi untuk menutup kosongnya narasumber ada narasumber alternatif lain sebagai narasumber program acara Konsultasi ERT adalah Direktur Radio SATUNAMA yang alasan dipilihnya karena memiliki latar belakang disiplin ilmu ekonomi.¹ Namun, tetap saja biasanya ada jadwal dari narasumber yang kosong karena si narasumber berhalangan hadir. Persoalan lain di narasumber,

¹ Keputusan dari Manajemen Radio SATUNAMA

Radio SATUNAMA hanya bergantung pada satu narasumber dari divisi *People Empowerment* padahal masih ada dari divisi lain atau dengan narasumber dari institusi lain yang ada relevansi dengan kapasitas narasumber dengan program Konsultasi ERT. Kehadiran narasumber di program acara Konsultasi ERT supaya acara ini dapat terus disiarkan. Tidak terjadi kekosongan program acara konsultasi.

Kedua, permasalahan yang muncul selanjutnya adalah minimnya partisipasi pendengar lewat surat dan telepon pada program acara Konsultasi ERT. Persoalan tersebutlah yang ingin penulis teliti lebih dalam lagi. Sehingga ingin mengetahui kondisi sebenarnya yang terjadi menurut Radio SATUNAMA penyebab minimnya partisipasi masyarakat. Berangkat dari penemuan persoalan-persoalan tersebut maka penulis mau mengangkat dan mengajukan untuk ke tahap selanjutnya yaitu pada tahap tugas akhir penulis di Karya Tulis Ilmiah (KTI).

B. Rumusan Masalah

Sebagai media massa, kehadiran Radio SATUNAMA sangat penting dalam menjalankan fungsi sebagai "*Social Agent*" di masyarakat khususnya bagi pendengar Radio SATUNAMA yang memiliki problematika di bidang ekonomi lewat program acara Konsultasi Ekonomi Rumah Tangga. Dari situlah maka penelitian ini dapat dipertegas dalam bentuk rumusan masalah sebagai berikut yaitu:

1. Mengapa Partisipasi Pendengar Radio SATUNAMA untuk Program Acara Konsultasi ERT minim?
2. Bagaimana upaya dari Radio SATUNAMA untuk memperoleh informasi ekonomi rumah tangga langsung dari masyarakat?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian Karya Tulis Ilmiah ini adalah untuk mengkaji penyebab persoalan yang ditemukan selama menjalani program *Internship* di Radio SATUNAMA oleh penulis, yaitu ingin mengetahui minimnya partisipasi pendengar untuk terlibat dalam program acara Konsultasi Ekonomi Rumah Tangga. Tujuan selanjutnya mau mengetahui upaya dari Radio SATUNAMA untuk mengetahui kondisi ekonomi rumah tangga langsung dari masyarakat.

D. Kerangka Konseptual

1. Radio sebagai Media Komunikasi Sosial

Dari pendekatan teori Sosiologi komunikasi dan teori media massa menurut Jhon W. Riley dan Mathilda White Riley bahwa teori komunikasi dalam perkembangannya seolah-olah bahwa proses komunikasi yang berjalan dalam situasi sosial adalah hampa dan menganggap faktor lingkungan tidak berpengaruh pada proses komunikasi massa. Padahal, manusia sebagai makhluk yang berkomunikasi adalah bagian dari struktur dan sistem sosial yang ada. Dari aspek Sosiologi menganggap bahwa media massa merupakan bagian dari sistem yang sudah ada pada masyarakat seperti sistem sosial budaya, struktur

politik dan ekonomi.² Salah satu medianya adalah radio. Berdasarkan pengalaman di negara-negara berkembang untuk mengkomunikasikan pembangunan yang dapat menjangkau masyarakat luas telah banyak menggunakan radio.

Radio dianggap media yang strategis bagi masyarakat karena murah dan sederhana dan bisa dibawa ke mana pun. Tujuan radio sebagai media massa dirumuskan untuk memberikan informasi, mendidik, dan menghibur. Kunci dari radio adalah membaca situasi dan mendekat ke pendengar. Radio dapat memperkuat nilai dan perubahan pola-pola perilaku seperti dari hasil penemuan Jamison dan McAnany di Amerika Latin, Afrika & Tanzania.³ Radio menciptakan ruang publik (*public sphere*) agar pesan yang disampaikan ada timbal balik antara pendengar dengan penyiar.

Karakter radio dapat ditentukan seperti berikut :

1. Salah satu unsur radio adalah hiburan. Sebuah radio sudah mengkonsepkan hiburan-hiburan bagi pendengarnya. Hiburannya cukup dengan musik saja dengan format musik pop barat atau Indonesia 100 persen atau memasukkan unsur musik kedaerahan, bisa juga unsur hiburan-hiburan lainnya seperti drama baca puisi.
2. Radio merupakan media pendidikan bagi masyarakat

² Rachmiate, Atie. 2007. *Radio Komunitas: Eskalasi Demokratisasi Komunikasi*. Bandung: Sembiosa Rekatama Media. Hal: 44

³ Jamison, Dean T dan Emile G. McAnany. 1978. *Radio for Education and Development*. London. Beverly Hills: Sage Publications dalam Atie Rachmiate. Hal: 53

3. Radio bisa dinikmati siapa saja, tidak mengenal perbedaan suku, agama, geografis, status sosial dan antar golongan.⁴

Radio siaran merupakan media massa yang menyampaikan pesan dalam bentuk suara, kalimat, bunyi-bunyian yang dipancarkan melalui gelombang elektromagnetik dengan frekuensi ke udara melalui antena, yang disebut pemancar. Menurut *Encyclopedia of Science and Technology*, radio adalah alat komunikasi yang dapat menyampaikan dan menerima pesan tanpa kabel dengan menggunakan gelombang elektromagnetik. Radio sebagai komunikasi menurut Peterson dan Burnett jika tujuan pesan efektif adalah komunikasi menjamin pemahaman (*to secure understanding*), membina penerimaan (*to establish acceptance*), dan memotivasi kegiatan (*to motivate action*).⁵

Tujuan dari pesan disampaikan secara informatif, memotivasi, menyakinkan, menghibur dan harus berimajinasi untuk bertindak bagi pendengar. Menurut Raymond Williams, “Komunikasi bermula dalam pergulatan untuk mempelajari dan mendeskripsikan bersama-sama dengan pendengar di mana ada saran atau kritikan baik dari pendengar atau penyiar radio sendiri”.⁶ Komunikasi yang terbentuk dari radio tidak selalu dalam sistem satu arah saja (*top down*) di mana sebagian masyarakat Indonesia tidak punya kesempatan memantau program-program pembangunan, tetapi seiring perkembangan jaman dengan penerapan teknologi yang pesat menuntut radio menerapkan dialog (*bottom up*) artinya masyarakat luas punya kesempatan

⁴ Fatmasari Ningrum. 2007. *Sukses Menjadi Penyiar, Scriptwriter, & Reporter Radio*. Jakarta: Penebar Plus

⁵ R.Wayne Pace, Brent D. Peterson, M. Dallas Burnett, *Techniques for Effective Communication*, dalam Onong Uchajana Effendy. 1990. *Radio Siaran Teori & Praktek*. Bandung: Mandar Maju. hal 6-7.

⁶ Raymond William (1962 /1968). *Communications Harmondsworth*. Penguin Books

dalam mengontrol setiap kebijakan pemerintah. Kebutuhan komunikasi yang dialogis juga bertujuan untuk membangun solidaritas di masyarakat yang heterogen. Ada berbagai pertimbangan dalam pendirian sebuah radio, yaitu:

1. radio yang lebih mementingkan tercapainya tujuan ekonomis, sehingga segala informasi yang disiarkan harus berdaya jual tinggi, tidak peduli apakah dampaknya negatif atau positif bagi pendengar
2. radio yang ingin agar informasi yang disampaikan bermanfaat bagi harkat kehidupan pendengar, membantu pendengar menyesuaikan diri dengan perubahan dan memperluas perspektif pemikiran
3. ada juga radio yang menganggap informasi sebagai alat untuk mencapai tujuan ideologi. Informasi yang disampaikan diupayakan dapat membujuk pendengar untuk bersikap sesuai tujuan ideologinya radio. Keuntungan ekonomis tinggi bukan tujuan prioritas radio yang menjunjung ideologi.⁷

Negara Indonesia ini di masa Reformasi ini dalam dunia radio mengalami perkembangan budaya yang terbuka, dan bebas dalam berekspresi. Ada kolaborasi pula antara program hiburan dengan informasi yang dikonsepsikan dalam bentuk berita atau program acara yang bersifat dialog tapi tidak cukup hanya sampai disitu saja, artinya dapat dipahami bahwa radio membuka ruang untuk publik di mana ada interaksi antara radio dengan pendengar. Peran sosialnya radio sebagai media penyiaran publik untuk masyarakat yaitu sebagai berikut :

⁷ Masduki. 2001. *Jurnalistik Radio: Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*. Yogyakarta: LkiS. Hal: xv.

1. radio adalah media penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak lain
2. radio sebagai sarana mobilisasi pendapat publik untuk mempengaruhi kebijakan
3. radio sebagai sarana untuk mempertemukan dua pendapat berbeda atau diskusi untuk mencari solusi bersama yang saling menguntungkan
4. radio sebagai sarana untuk mengikat kebersamaan dalam semangat kemanusiaan dan kejujuran. Ada kesulitan untuk menjalankan fungsi-fungsi tersebut tapi bisa dengan cara konsisten pada salah satu peran dan maksimal menjalankannya.⁸

Salah satu fungsi media adalah sebagai media pendidikan dengan suguhan informasi yang aktual atau lewat waktu yang tujuannya adalah mencerdaskan intelektual pendengarnya.⁹ Dengan fasilitas telepon dan sms saat ini atau cara klasik menerima surat yang sudah lama berlaku berarti membuka kesempatan bagi pendengar untuk memberikan saran, ide atau kritik untuk radio yang didengarkan atau opini dari pendengar yang ditujukan untuk pemerintah sesuai bagian dari sistem demokrasi. Hal tersebut berfungsi untuk membangun sikap kritis dari masyarakat. Menurut Sphical harus adanya keterbukaan ruang publik di suatu negara.¹⁰ Untuk membangun daya kritis masyarakat radio supaya dapat mengikuti perkembangan masyarakat dan ikut berperan dalam

⁸ *Ibid.*, hlm: 3

⁹ *Ibid.*, hlm: 3

¹⁰ Sphical dan Wasco. 1993. "Communication and Democracy". Ney Jersey: Ablex dalam Atie Rachmiatie. *Radio Komunitas: Eskalasi Demokratisasi Komunikasi*. Hal: 53

mengelola potensi yang dimiliki masyarakat di daerahnya salah satu lewat ruang diskusi di radio. Keterbukaan untuk publik dari suatu media publik dapat dilihat dari pendekatan sosiologis yaitu sadarnya pemerhati radio bahwa media radio sebagai institusi sosial yang *embedded* (terikat) dengan dinamika sosial masyarakat.

2. Jenis-Jenis Radio

1) Radio Swasta

Perkembangan dunia radio swasta dan jurnalistik radio di Indonesia sejak tahun 1998, sangat menarik. Berakhirnya monopoli RRI dalam penyiaran berita aktual, membuka pintu bagi radio-radio swasta untuk mengembangkan dan menyiarkan informasi aktual mereka sendiri. Dialog interaktif menjadi sarana di mana pendengar bisa langsung terlibat dalam masalah-masalah ekonomi, sosial, budaya maupun politik yang dihadapi masyarakat.¹¹

Realitas yang ada dari sebuah Radio Siaran Swasta yaitu :

1. Sebagai sarana hiburan paling murah bagi semua kalangan.
2. Sebagai media informasi paling ampuh dan efektif, karena bisa didengarkan dalam keadaan apapun.
2. Sebagai media komunikasi paling efisien antar masyarakat dan atau pemerintah dengan masyarakat.
3. Berpengaruh kuat bagi semua kalangan masyarakat.
4. Sangat prospektif dalam bisnisnya (*Profit Oriented*).

¹¹ Penelitian oleh Edwin Jurriens dari *The University Of New South Wales Canberra-Australia*. Dengan topik penelitian: *Perkembangan Jurnalistik Radio di Indonesia di Akhir Tahun 1990-an* dalam Masduki. *Radio Siaran dan Demokratisasi*. Hal: 124

Daya tarik radio siaran swasta:

1. Kualitas modulasi dan daya pancar yang jelas.
2. Visi dan misi yang jelas dalam program.
3. Mata acara yang punya materi menarik (lagu, informasi, pendidikan).
4. Penempatan mata acara yang tepat (sesuai dengan situasi).¹²

Kemasan dan sasaran yang dituju merupakan potensi sebuah radio swasta yang mengikuti tuntutan pasar komersial untuk dijual kepada pengiklan atau perusahaan besar supaya bisa diajak kerjasama. Tiga keunggulan utama yang dimiliki radio yaitu ketersegaran (variasi acara), keluasan jangkauan pendengar, dan kedalaman unsur imajinasi sehingga membuat iklan layanan masyarakat dan komersial menjadi lebih hidup dan efektif.¹³ Radio merupakan media informasi strategis, mendapatkan peristiwa yang sangat tepat maka dari segi informasi dan pendidikan radio berlomba menyajikan siaran sebaik mungkin dari segi materi maupun pengemasannya.

2) Radio Publik

Pemerintah memiliki dan menguasai badan radio ini. Radio siaran pemerintah menjalankan operasi siarannya dengan menyanggah misi pemerintah karena dikuasai oleh pemerintah dan pemerintah mendirikan departemen menjadi pengelola radio pemerintahnya yaitu Radio Republik Indonesia atau RRI. Radio publik didirikan oleh negara, independen, bersifat nonkomersial dan berfungsi memberikan pelayanan untuk kepentingan

¹² <http://electronoics.titobudiman.com/?p=11> *Proposal Radio Siaran Swasta (komersil) Dalam Menunjang Kemajuan Daerah dan Prospek Bisnisnya.*

¹³ Masduki. 2001. *Jurnalistik Radio: Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*. Yogyakarta: LkiS

masyarakat. Dengan diawasi oleh DPR untuk tingkat pusat dan oleh DPRD untuk di tingkat daerah dianggap kriteria tersebut akomodatif terhadap semangat demokratisasi, sejauh para anggota dewan dapat menyerap aspirasi pendengar RRI yang heterogen, dan memberi petunjuk operasional yang jelas dalam memberikan semangat agar tidak bias ketika pelaksanaannya. Cakupannya meliputi kualifikasi SDM, *performance* dan struktur organisasi yang terlibat di dalam RRI.

3) Radio Komunitas.

Radio komunitas memiliki dua karakteristik yaitu pertama, radio komunitas yang melayani kepentingan komunitas dengan geografis terbatas. Kedua, radio komunitas adalah badan hukum yang mengandalkan pemilikan, pendanaan dan pengelolaan dari faktor loyalitas komunitas. Radio komunitas dibedakan dengan radio komersial atas dua karakteristik yaitu: pertama, segenap olah siar radio komunitas tidak bermaksud mencari keuntungan finansial sebagaimana radio komersial. Kedua, radio komunitas muncul atas inisiatif komunitas berdasarkan kebutuhan setempat sedangkan radio komersial dapat didirikan oleh individu yang mampu secara finansial.

Estrada menjelaskan bahwa fokus yang khas dari radio komunitas adalah membuat audiens atau khalayaknya sebagai protagonis (tokoh utama), melalui keterlibatan mereka dalam seluruh aspek manajemen, dan produksi programnya, serta menyajikan program yang membantu mereka dalam

pembangunan dan kemajuan sosial di komunitas mereka.¹⁴ Radio komunitas adalah radio yang dioperasikan dalam sebuah komunitas, untuk komunitas, tentang komunitas, dan oleh komunitas. Perbedaan dengan radio komersial adalah dalam hal tingginya tingkat partisipasi masyarakatnya, baik dalam aspek manajemen maupun produksi program.

Radio komunitas menumbuhkan partisipasi yang merupakan kekuatan bagi komunitas untuk membuka pintu perubahan kehidupan komunitas, melayani informasi di segala sektor kehidupan komunitas, mempromosikan dan merefleksikan karakter dan identitas lokalnya, serta berperan penting dalam memberikan kekuatan bagi kaum yang terpinggirkan dan para *grass root*.¹⁵

Tabel 1 : Perbandingan antara Radio Swasta, Radio Publik, dan Radio Komunitas

	Swasta	Publik	Komunitas
Inisiatif penyusunan materi siaran	Pengelola berdasarkan hasil rating oleh <i>surveyor</i> dan juga selera/kreativitas pengelola	Pengelola berdasarkan keputusan manajemen	Pengelola berdasarkan hasil diskusi dan kesepakatan bersama warga
Orientasi materi siaran	Diarahkan kepada segmen pasar yang disasar	Luas untuk informasi kepada publik dari berbagai kalangan	Kepentingan dan kebutuhan warga di wilayah tersebut
Sumber informasi	Berasal dari informasi resmi, pejabat formal pemerintah atau punya nama besar, tokoh selebritis	Pejabat formal menurut pemerintah	Orang biasa, tokoh informal, petani, orang miskin dsbnya.
Keragaman tema	Cenderung mengikuti keinginan dan selera pasar	Cenderung mengikuti keinginan dan	Bergantung kepada tema-tema yang

¹⁴ Rachmiati, Atie. 2007. *Radio Komunitas: Eskalasi Demokratisasi Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Hal: 78

¹⁵ *Ibid.*, hal: 105

		norma	dibutuhkan warga setempat
Kontrol terhadap isi siaran	Selain pihak yang berwenang, pemilik dan juga pengiklan mengontrol isi siaran	Selain pihak yang berwenang saat ini masih pemerintah yang membiayainya	Selain pihak berwenang adalah warga masyarakat langsung

Sumber: Analisis Imam Prakoso dan Budhi Hermanto¹⁶

Perjalanan panjang radio siaran di Indonesia memunculkan konsep radio informasi dan komunikasi untuk pembangunan masyarakat. Dasar konsep radio ini yaitu menekankan pada aspek masyarakat menengah ke bawah yang tujuannya adalah untuk pemberdayaan.

3. Konsep Partisipasi

a. Konsep Partisipasi Komunikasi

Keterlibatan masyarakat dalam setiap memecahkan kehidupan sebaiknya disertai dengan metode pendekatan partisipatif, dan media memiliki peran yang penting disini. Adanya media massa mampu menginformasikan kepada masyarakat tentang fakta kehidupan ekonomi masyarakat sendiri, menginterpretasikan fakta tersebut agar dapat dipahami oleh masyarakat, mempromosikan agar sadar bahwa masalah tersebut serius, perlu pikiran lebih lanjut dan menyadarkan adanya solusi yang harus ditempuh. Peranan media massa dalam pembangunan adalah memberikan pengetahuan dan informasi bagi masyarakat, dan sekaligus mengajak mereka berpartisipasi sehingga

¹⁶ Imam Prakoso, Direktur *Combine Resource Institution* (CRI) dan Budhi Hermanto, *Project Officer* Aceh untuk CRI/ARRnet. CRI adalah sebuah lembaga yang mendorong pengembangan jaringan informasi berbasis komunitas, dan saat ini tengah melakukan advokasi bagi payung hukum nasional dan penguatan radio komunitas dan berbagai daerah.

masyarakat desa mampu mengangkat harkat hidupnya dengan kemampuan sendiri.¹⁷

Perlu ada fasilitasi penunjang supaya partisipasi terwujud, lebih tepatnya adalah partisipasi komunikasi. Tujuannya adalah masyarakat bisa melakukan proses komunikasi yang efektif, artinya tepat sasaran. Dengan konsep komunikasi sebagai proses penyampaian pesan dan pendapat dari pengirim pesan untuk disampaikan ke penerima pesan yang bertujuan pula mengubah sikap, mengubah opini, pendapat atau pandangan dan mengubah perilaku masyarakat. Konsep komunikasi tersebut termasuk dalam model komunikasi dua arah yaitu apabila kedua belah pihak terlibat dalam proses komunikasi. Baik si penyampai atau pengirim pesan maupun si penerima pesan. Misalnya: percakapan, wawancara, diskusi tentang narkoba, radio dan *teve talkshow* mengenai narkoba, pendekatan partisipatif dan lain-lain. Pada komunikasi dua arah, sangat terbuka adanya respon atau umpan balik dari penerima pesan.¹⁸ Sehingga suara dari masyarakat keluar.

Media massa yang potensial untuk menjangkau masyarakat pedesaan adalah radio. Radio berkemampuan menjangkau khalayak yang tersebar dengan pesan yang segera, bahkan di tempat yang sulit dijangkau sarana transportasi. Radio juga dapat mengatasi hambatan literasi (kemampuan baca tulis) yang masih banyak ditemui di negara berkembang.

¹⁷ Munthe, Moeryanti Ginting. 1996. *Media Komunikasi Radio*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan. Hal: 23

¹⁸ <http://www.komunikasi-partisipatif-ananda.blogspot.com>

a. Konsep Komunikasi Partisipatif pada Radio

Untuk menjalankan fungsi sebagai media siaran, pengelola radio harus mampu memanfaatkan potensi sumber daya yang ada pada masyarakat dalam memperkaya program-program siaran radio. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan memperhatikan partisipasi masyarakat. Tanpa partisipasi dalam aktivitas siaran radio “ibarat sayur tanpa garam” untuk program radionya.

Tipologi pendengar dilihat dari partisipasi terhadap acara siaran ada empat macam:

1. Pendengar spontan, bersifat kebetulan: tidak berencana mendengarkan siaran radio atau acara tertentu. Perhatian mudah beralih ke aktifitas lain.
2. Pendengar pasif: suka mendengarkan siaran radio untuk mengisi waktu luang dan menghibur diri, menjadikan radio sebagai teman biasa
3. Pendengar selektif: mendengar siaran radio pada jam atau acara tertentu saja, fanatik pada sebuah acara atau penyiar tertentu, menyediakan waktu khusus untuk mendengarkannya.
4. Pendengar aktif: secara reguler tak terbatas mendengarkan siaran radio, apapun di manapun dan aktif berinteraksi melalui telepon, radio menjadi sahabat utama tidak hanya pada waktu luang.¹⁹

Metode interaktif lewat telepon, kartu pendengar atau layanan pesan singkat dari *mobile phone* merupakan salah satu sekian banyak cara untuk

¹⁹ <http://www.AntassalamRadio103.9FMBandung/topic/tipologipendengar>

berpartisipasi apalagi untuk radio komunitas. Metode itu bisa membuat pendengar bersemangat menyimak siaran. Partisipasi di media harus setara dan terbuka bagi siapa saja. Seperti yang tertulis pada judul harian Kompas, "Beri apa mau pendengar" di mana setiap radio ingin memuaskan pendengar dengan memberikan apa maunya pendengar.²⁰ Radio menjembatani antara masyarakat dengan pemerintah lewat program radio bersifat interaktif yang bertujuan untuk memecahkan persoalan yang masih belum terjamah oleh pemerintah. Pendekatan komunikasi yang partisipatif berangkat dari asumsi bahwa masyarakat memiliki kemampuan untuk membangun dan menolong dirinya sendiri, sehingga keterlibatan masyarakat merupakan elemen kunci dari pembangunan.²¹

Tabel 2 : Model Komunikasi Elitis dan Partisipatif²²

	Model elitis	Model partisipatif
Tujuan	Perubahan perilaku, pengukuhan status quo, rekayasa sosial	Pernyataan diri, pembentukan kesadaran, tindakan kebebasan
Sifat	Terpusat, mengawasi secara ketat, membakukan norma dan nilai lama, mengarahkan perilaku seseorang guna menciptakan dukungan terhadap kepentingan kekuasaan	Menyebar, mengembangkan lembaga dan memperjuangkan kepentingan masyarakat setempat.
Isi pesan	Kebijakan pusat kekuasaan, peringatan peraturan, dan ancaman.	Sesuai masalah setempat, berdasarkan analisis sebab masalah, erat kaitannya dengan sejarah dan nilai-nilai setempat.

²⁰ Kompas. 2008. "Beri Apa Mau Pendengar". 9 November 2008

²¹ Birowo M. dkk (editor). 1999. "Membangun Ilmu Komunikasi dan Sosiologi". Yogyakarta: Andi Offset. Hal:

²² Fakih, Mansour dan Roem Topatimasang. 1998. *Biarkim Kawi Bicaral*. Jakarta: P3M

Pemberi pesan	Penguasa pusat, lapisan atas terpelajar	Pemberi pesan juga penerima pesan
Hubungan pemberi pesan dan penerima pesan	Simetrik, dominatif, manipulatif	Simetrik, kesetaraan
Proses Penyebaran	Dari atas ke bawah dan monolog	Horizontal dari bawah ke atas dan dua arah
Peran Masyarakat	Kelompok sasaran	Kelompok partisipan
Peran NGO	Pelaku dan penentu	Fasilitator

Sumber: Mansour Fakih dan Roem Topatimasang

Peran partisipasi masyarakat pada media bisa dilihat menurut Fraser dan Estrada melalui partisipasi dalam merumuskan rencana dan kebijakan untuk pelayanan radio tersebut dan dalam menentukan tujuannya, juga dalam dasar-dasar manajemen dan pembuatan programnya:

- a. Partisipasi dalam mengambil keputusan untuk menentukan materi program lama waktu siar dan jadwalnya
- b. Memberikan komentar atau kritik
- c. Mengadakan interaksi antara pemuat program-program dan pihak yang menerima pesan
- d. Partisipasinya dalam administrasi dan pendanaan stasiun radio tersebut²³

Beberapa studi kasus menemukan aneka format program radio digunakan untuk komunikasi pembangunan. Di Nepal, format yang digunakan adalah diskusi antara seorang nenek dengan petugas penyuluhan (Dikshit,

²³ Fraser C dan Strada S. 2001. *Buku Panduan Radio Komunitas*. Jakarta: Jakarta Office UNESCO. Hal: 13

1979).²⁴ Radio Papua New Guinea dalam program *Countryman's Session* menggunakan format informasi diskusi, wawancara dan simpulan. Sementara itu radio DZMS di Cotabato, Philipina menggunakan *talk format* (Bonzon, 1979).²⁵

Hubungan timbal balik antara radio dan pendengar yang paling tradisional adalah melalui surat atau telepon. Tingkat fanatisme pendengar tercermin dari banyaknya surat atau respon yang masuk ke radio dan ini tergantung kebijakan radio mengelola segenap respon tersebut.²⁶

Ada tiga kategori surat pendengar, yaitu:

1. *request*, berisi permintaan lagu dan pesan
2. kritik dan saran terhadap acara radio, dan
3. opini, konsultasi, atau laporan fakta tertentu atas permintaan pihak radio, misalnya *talk show* atau kuis atas kesadaran pendengar menempatkan radio sebagai media informasi publik.²⁷

Masyarakat yang komunikatif adalah masyarakat yang berhak berkomunikasi, berhak memperoleh pemenuhan akan kebutuhan informasi yang benar, dan menyampaikan kepentingan atau pendapat-pendapatnya. Penguasaan media yang sangat kuat di tangan segelintir orang akan menciptakan situasi arus informasi yang tidak seimbang.²⁸

²⁴ Munthe, Moeryanti Ginting. 1996. *Media Komunikasi Radio*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan. hal: 24

²⁵ *Ibid.*, hal: 55

²⁶ Masduki. 2001. *Jurnalistik Radio: Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*. Yogyakarta: LkiS. hal: 71

²⁷ *Ibid.*, hal: 71

²⁸ Wibowo, Mario Antonius. Desember 2005. *Melawan Hegemoni Media dengan Strategi Komunikasi Berpusat pada Masyarakat*. Jurnal Komunikasi hal-128, volume II No. 2

4. Konsep Ekonomi Rumah Tangga

Ekonomi yaitu kegiatan yang dilakukan oleh manusia berhubungan dengan produksi, distribusi, pertukaran, dan konsumsi barang dan jasa. Kata “ekonomi” berasal dari kata Yunani (*oikos*) yang berarti “keluarga, rumah tangga” dan (*nomos*), yaitu berarti “peraturan, aturan, atau hukum”, dan semua diartikan sebagai “aturan rumah tangga” atau juga “manajemen rumah tangga”.²⁹

Kaitannya dengan pengalokasian waktu dengan peran media adalah keterlibatan media untuk memperoleh informasi tentang cara mendapatkan penghasilan, mengelola keuangan, itu semua bertujuan mengatasi persoalan keluarga dalam mengatur kebutuhan rumah tangga dan disampaikan kepada penikmat medianya. Pelaku rumah tangga bisa prioritas mengutamakan dan mendahulukan pengeluaran wajib rumah tangganya tak lepas dari peran media dalam menyampaikan beragam informasi ekonomi.

Salah satu faktor yang sangat berpengaruh dalam mewujudkan rumah tangga yang baik adalah terpenuhinya nafkah keluarga terutama yang berkaitan dengan kebutuhan pokok. Tidak terpenuhinya kebutuhan mendasar bagi keluarga, seperti tempat tinggal, sembako, pakaian, pendidikan, dan kesehatan dapat menimbulkan keresahan di dalam keluarga tersebut yang selanjutnya dapat menjadi pemicu keretakan rumah tangga terutama adanya hutang.³⁰

Ketika kebutuhan pokok yang cenderung naik dan biasanya jika tidak pintar disiasati dengan pengelolaan uang rumah tangga yang baik akibatnya

²⁹ <http://www.wikipedia.org.id/ekonomi/>

³⁰ Muttaqin, Hidayatullah. 2007. *Membangun Ekonomi Rumah Tangga Islami*. Jakarta: Iqtishaduna. Hal: 2

adalah aktivitas pinjam meminjam ke berbagai sumber untuk memenuhi pemasukan dalam membayar kebutuhan pokok yang ada semakin banyak. Untuk menghindari hutang atau setidaknya mengurangi hutang harus ada usaha yang dilakukan pengelola rumah tangga yaitu melakukan penghematan dan berupaya meningkatkan pendapatan. Jangan lupa untuk konsisten melakukan penghematan dan prioritas anggaran, serta mengutamakan nafkah wajib yang sifatnya mendesak. Inti masalah ekonomi adalah adanya ketidakseimbangan antara kebutuhan manusia yang tidak terbatas dengan alat pemuas kebutuhan yang jumlahnya terbatas.³¹

5. Pemberdayaan Masyarakat

Masyarakat harus memiliki semangat yang pantang menyerah berjuang dalam kehidupan di masyarakat supaya dapat tetap hidup. Pemberdayaan masyarakat merupakan cara menumbuhkan kemandirian dan pembelajaran bersama masyarakat untuk menghindarkan masyarakat dari ketergantungan terhadap orang luar. Sikap kemandirian dapat terjadi karena kerja perubahan bersama masyarakat melahirkan agen-agen yang selalu kreatifitas bagi pembangunan masyarakat.³²

Esensi pemberdayaan menunjuk pada kemampuan orang, khususnya kelompok rentan dan lemah, untuk memiliki akses terhadap sumber-sumber produktif yang memungkinkan masyarakat meningkatkan pendapatannya dan memperoleh barang-barang dan jasa-jasa yang diperlukan dan kemudian

³¹ <http://www.wikipedia.org.id/ilmuekonomi>

³² Suisyanto. 2007. *Manual Kerja: PERUBAHAN SOSIAL untuk Pemula*. Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga. Yogyakarta. Hal: 27

berpartisipasi dalam proses pembangunan dan keputusan-keputusan yang mempengaruhi masyarakat.³³ Berdaya tidak mengenal latar belakang seseorang karena siapapun berhak melakukan sesuatu yang berguna untuk menghasilkan sesuatu demi kehidupannya sendiri atau dalam masyarakat. Keinginan untuk berdaya bisa peka terhadap potensi yang ada disekitarnya.

Sesuatu yang perlu diperhatikan dengan sungguh ketika menjalankan proses pemberdayaan masyarakat adalah semaksimal mungkin membentuk jaringan sebagai pendukung penting agar sifat ketergantungan hanya pada satu lembaga yang bisa menghambat tujuan. Media massa tidak cukup hanya memberikan informasi kepada masyarakat tetapi juga ketika memiliki konsep pemberdayaan masyarakat memiliki fasilitas-fasilitas pendukung pemberdayaan masyarakat seperti jaringan-jaringan unit pemberdayaan masyarakat.³⁴

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Untuk jenis penelitian dalam Karya Tulis Ilmiah ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif bermula dengan mendefinisikan konsep-konsep yang sangat umum. Prosedur penelitian kualitatif menghasilkan data berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Peneliti sendiri atau dengan bantuan

³³ *MEDIA RAKYAT: Mengorganiasi Diri Melalui Informasi*. 2007. Combine Resource Intitution. Yogyakarta. Hal: 09

³⁴ *Ibid.*, hlm: 09-10

orang lain merupakan alat pengumpul data utama yang mampu memahami kaitan kenyataan-kenyataan di lapangan.³⁵

2. Subyek Penelitian

Subyek penelitian ini yaitu Radio USC SATUNAMA yang terdiri dari staf-staf Radio SATUNAMA. Subyek penelitian kedudukannya sangat sentral karena pada subjek penelitian untuk memperoleh data. Pengurus Radio USC SATUNAMA adalah informan kunci (*key informan*) alasannya adalah karena mereka yang terlibat langsung dalam proses manajemen secara teknis, serta program siaran. Fungsi adalah untuk pengecekan data dan informasi sesuai dengan terjadi sehingga hasilnya dapat dipertanggung jawabkan.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data untuk penelitian ini dengan cara, data primer yang dilaksanakan dengan tahap observasi partisipatif diperoleh melalui kegiatan *internship* untuk mengamati lokasi penelitian dan aktivitas program acara Konsultasi ERT yang diangkat sebagai Karya Tulis Ilmiah dan langkah selanjutnya dengan cara wawancara secara mendalam. Pengumpulan data lainnya menggunakan data sekunder yang diperoleh dari data dokumentasi yang seperti data yang dipublikasikan atau arsip dari Radio USC SATUNAMA dengan tujuan untuk melengkapi informasi atau data penelitian. Dokumentasi yang diperoleh berasal dari catatan, transkrip, *script* siaran.

³⁵ Surjaman, Tjun (Editor). 1998. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya

4. Analisis Data

Analisis data menurut Burce dan Chadwich sebagai alat pengukuran, laporan, atau butir-butir informasi lainnya untuk mengidentifikasi bagian-bagian, pola-pola atau proses.³⁶ Proses ini adalah cara memperoleh data hasil lapangan dengan mengambil intisari dan memfokuskan pada hal-hal yang penting. Penyusunan data secara sistematis dengan maksud agar data lebih mudah dipahami pembaca. Proses penyeleksian data yang relevan bermaksud menampilkan makna yang diinginkan. Fokus pada data ditujukan pada penemuan, pemaknaan, dan menjawab hasil penelitian atau pemecahan masalah, dan proses-proses tersebut disebut reduksi data.³⁷ Penelitian merupakan jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang diteliti untuk mengungkap kejadian-kejadian yang tidak bisa dijawab hanya sekedar melihat saja tetapi dengan pertanyaan-pertanyaan yang mendalam. Dalam laporan penemuan penelitian, hasil dari memperoleh data disajikan dalam bentuk kutipan langsung yang ditranskrip dalam hasil penelitian berbentuk tulisan sesuai tatanan bahasa serta kalimat dari informan. Proses ini dinamakan induksi di mana data-data yang telah disajikan selanjutnya disistematiskan agar pembaca mudah memahaminya. Langkah berikut dengan penarikan kesimpulan. Pembaca bisa menemukan hasil dari penelitian di bagian kesimpulan ini.

³⁶ Darmiyati, Zuchdi. 1991. "*Metodologi Pengumpulan Data Kualitatif*". Makalah dalam Penataran Metodologi Penelitian Kualitatif Pusat Penelitian IKIP Yogyakarta. Hal: 97

³⁷ Miles, Matthew B & Hubberman, A.M. 1992. *Analisa Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia. Hal: 11