

CIVIC JOURNALISM DI RADIO

(Studi pada Program Acara Kelana Kota Radio Suara Surabaya FM 100)

SKRIPSI



**Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Guna
Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)**

Dalam Bidang Ilmu Komunikasi

PERPUSTAKAAN	
IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA	
No. REAS D-2008 005	No. REG 1 D-2008/KOM/005
Oleh : KOM	ASAL BUKU:
	TANGGAL :

Oleh :

AKHMAD NAZIQ FAKHRUDDIN

NIM BO 63 03 059

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

FAKULTAS DAKWAH

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SURABAYA

2008

Gajah Belang

- Jl. Jemur Wonorejo Labar No. 24 W 031 - 8439407,
- Gedung Lx No. 5 W 031 - 5953789

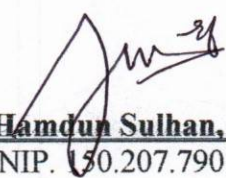
digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI



Skripsi oleh Akhmad Naziq F ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 14 Januari 2008
Pembimbing


Drs. Hamdun Sulhan, M.Si
NIP. 50.207.790

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi oleh **Akhmad Naziq Fakruddin** ini telah dipertahankan
di depan Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 05 Februari 2008

Mengesahkan
Fakultas Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya



Dekan

Prof. Dr. H. Shonhadji, Dip. IS

NIP. 150.194.057

Ketua

Drs. H.M Hamdun Sulhan M.Si

NIP. 150.207.790

Sekretaris

A. Khairul Hakim S.Ag., M.Si

NIP. 150.327.211

Penguji I

Drs. HM. Nadhim Zuhdi, MM

NIP. 150.152.383

Penguji II

Nikmah Hadiati Salisah S.Ip., M.Si

NIP. 150.291.150

ABSTRAK

Akhmad Naziq F, 2008. **Civic Journalism di Radio (Studi pada Program Acara Kelana Kota Radio Suara Surabaya FM 100)**. Skripsi Program Studi Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci: Civic Journalism dan Program Acara Kelana Kota

Dalam skripsi ini yang peneliti ingin ketahui adalah : (1) Bagaimana pandangan Radio Suara Surabaya terhadap Konsep *Civic Journalism*, (2) bagaimanakah strategi radio Suara Surabaya dalam menjalankan Program acara Kelana Kota sebagai media *civic journalism*.

Untuk menjawab permasalahan tersebut diatas secara keseluruhan dan mendalam, maka penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologis dengan jenis deskriptif-kualitatif. Dengan menggunakan analisa *model alir* dari Miles dan Huberman yakni pengumpulan data, reduksi dan verifikasi.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa (1) Konsep *Civic Journalism* atau jurnalistik warga sebenarnya sudah dilaksanakan oleh Radio Suara Surabaya sejak tahun 1994 sebelum munculnya istilah *civic journalism*, yang belakangan menjadi topik hangat di dunia jurnalistik. *Civic journalism* yang ditawarkan menitik beratkan khalayak tidak hanya sebagai pendengar pasif tetapi melalui Suara Surabaya khalayak pendengar diajak untuk secara aktif terlibat langsung pada proses pemberitaan di dalam program Acara kelana Kota. (2) satu diantara strategi yang dilakukan radio Suara Surabaya dalam pelaksanaan *civic journalism* adalah dengan adanya *gate keeper*. *Gatekeeper* disini bukan hanya sebagai penerima telepon tetapi lebih dari itu tugas *gatekeeper* sebagai penyaring awal sebelum pendengar mengudara atau *on air*, diharapkan dengan saringan awal ini akan minimalisir hal hal yang tidak diinginkan didalam pelaporan warga secara *on air*

Bertitik tolak dari penelitian ini saran yang dapat diperkirakan dapat dijadikan bahan pertimbangan yakni Radio Suara Surabaya sebagai radio yang menerapkan konsep *civic journalism* dimana pendengar dipandang tidak lagi menjadi obyek pemberitaan namun pendengar dipandang sebagai subyek dalam penyampai informasi. untuk itu penerapan *gate keeper* sangat penting. Disamping itu Suara Surabaya harus terus mengembangkan teknologi komunikasi hal ini didasarkan, radio adalah media komunikasi massa dimana media itu terus berkembang seiring dengan perubahan jaman dan perkembangan khalayak.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Definisi Konsep	5
F. Sistematika Pembahasan	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Media Massa	9
B. Karakteristik Radio	12
1. Sifat Pendengar Radio	15
2. Radio Formating	17

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

C. Civic Journalism	24
1. Latar Belakang	24
2. Konsep Civic Journalism	29
3. Civic Journalism Sarat Akan Demokrasi	34
D. Teori Yang Berkaitan Dengan Civic Journalism	35
E. Hasil Penelitian Dahulu Yang Relevan	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	41
B. Lokasi Penelitian	42
C. Jenis dan Sumber Data	42
D. Tahap-tahap Penelitian	44
E. Teknik Pengumpulan Data	46
F. Teknik Analisis Data	47
G. Teknik Keabsahan Data	50
BAB IV PENYAJIAN DATA	52
A. Deskripsi Umum Obyek Penelitian	52
1. Sejarah Berdirinya	52
2. Visi dan Misi Radio Suara Surabaya	53
3. Susunan Organisasi Radio Suara Surabaya	54
4. bagan Kedudukan Dalam Struktur Organisasi	57
5. Data Media	58
6. Profile Pendengar Radio Suara Surabaya	59

7. Tarif Iklan	61
8. Program Siaran Radio	62
9. Deskripsi Program Siaran	64
B. Deskripsi Hasil Penelitian	67
1. Pandangan Radio Suara Surabaya Terhadap Konsep Civic Journalism Pada Program Acara Kelana Kota	68
2. Strategi Suara Surabaya Dalam Menjalankan Program Acara Kelana Kota Sebagai Media Civic Journalism	84
BAB V ANALISIS DATA	97
A. Temuan	97
B. Konfirmasi Temuan Dengan Teori	100
BAB VI PENUTUP	103
A. Kesimpulan	103
B. Rekomendasi	103

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semua media tentunya mempunyai kepentingan dan ideologi yang ingin disampaikan kepada khalayak melalui pemberitaannya. Hal ini didukung oleh kapasitasnya sebagai sumber informasi yang mempunyai pengaruh besar terhadap perubahan-perubahan sikap dan perilaku dalam membentuk pola pikir masyarakat.¹ Paling tidak, isi media massa itu memberikan topik pemikiran untuk masyarakat. Melalui berita, artikel, opini, foto, dan gambar yang disajikan, media mempunyai kemampuan untuk memberi pengaruh pada masyarakat.

Namun seiring dengan perubahan zaman, masyarakat selaku konsumen media saat ini telah bergerak memasuki proses konsumsi informasi mandiri, hal ini dibuktikan, makin beragamnya tayangan yang dipilih dan dipilih oleh masyarakat sebagai pengguna media massa. Dibandingkan dengan 20 tahun yang lalu, terjadi perbedaan mencolok pada pola ketergantungan terhadap media. Menurut Ted Bolton, dahulu masyarakat termasuk khalayak pendengar yang sangat tergantung pada informasi yang disajikan media, namun sekarang merekalah yang aktif mengakses informasi dari mana-mana².

Disadari atau tidak dalam dunia jurnalistik sekarang ini sudah berkembang istilah baru *civic journalism* yang juga dikatakan sebagai

¹ Asep Saeful Muhtadi, *Jurnalistik Pendekatan Teori dan Praktek*, (Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1999) hal. 157

² Errol Jonathans. *Politik dan Radio*, (Jerman: Friedrich Nauman Stiftung 2000) hal. 33

jurnalistik warga.³ Jurnalistik dengan model seperti ini menitik beratkan pada pemberitaan yang disampaikan oleh warga.

Warga yang juga selaku kosumen media masa diajak berpartisipasi dalam menyampaikan berita, mereka dapat menginformasikan berita apapun baik yang dilihat bahkan dialaminya sendiri melalui media yang ia percaya, dalam penyampaian informasinya.

Dalam penyampaian informasi fungsi media sebagai jembatan yang memfasilitasi masyarakat, baik media cetak maupun elektronik. Misalnya koran yang salah satu halamannya memuat kolom esai, dimana pembaca bisa menuliskan artikel, baik saran, kritik maupun informasi. Sedang *civic journalism* baru-baru ini juga berkembang di media televisi Indonesia, satu diantaranya MetroTV yang mencoba menawarkannya, yakni pada program acara “Suara Anda” dimana masyarakat memilih berita yang telah disajikan kemudian memberi komentar, saran ataupun kritik dari berita yang telah dipilihnya. Metro juga memfasilitasi masyarakat untuk mengirimkan berita pada program acara video kiriman pemirsa. Perkembangan *civic journalism* di internet juga begitu semakin nyata, sebut saja [http wikimu](http://wikimu.com) dan [ohmy](http://ohmy.com) yang memfasilitasi warga, sehingga warga dapat menginformasikan peristiwa, kritik, ataupun saran pada media internet.

Namun didalam penelitian *civic journalism* penulis memilih media radio dengan lokasi penelitian di radio Suara Surabaya FM 100, dengan alasan sejak awal radio ini telah menetapkan format siaran sebagai radio berita. Radio

³ <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0605/15/teropong/2652478.htm> diakses 18 September 2007

Suara Surabaya merupakan radio pertama di Indonesia yang sejak awal kelahirannya pada tahun 1983, secara sadar menerapkan format radio *news* atau informasi dengan motto “*FM News dan Music Hit*”. Tahun 1995 dikembangkan dengan konsep interaktif dengan motto “*news-interaktif-solutif*”. dengan format *news* Radio Suara Surabaya menetapkan segmen pendengarnya yaitu masyarakat yang dewasa, intelektual, peduli dan berkepribadian.

Komoditi pemberitaan dalam siaran Radio Suara Surabaya bersifat *local news* yang berwawasan global. Tahun 1995, Radio Suara Surabaya mengembangkan jurnalisme interaktif dengan strategi open format, yang mempengaruhi bentuk program siaran keseluruhan menjadi core program acara kelana kota.⁴

Dengan konsep jurnalisme interaktif dalam 24 jam siarannya, Radio Suara Surabaya dapat menghimpun informasi tentang berbagai macam peristiwa yang diperoleh langsung dari tempat kejadian sehingga masyarakat dapat langsung secara cepat atas kejadian tersebut. Sehingga sesuai dengan konsep *civic journalism* yang pemberitaannya melibatkan masyarakat sebagai pengirim berita.

Berangkat dari pemahaman tersebut peneliti ingin mengetahui bagaimana Radio Suara Surabaya dalam menerapkan konsep jurnalisme warga (*Civic journalism*) dalam program acara Kelana Kota.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah pandangan Radio Suara Surabaya Terhadap Konsep *Civic Journalism*?
2. Bagaimanakah strategi Radio Suara Surabaya dalam menjalankan Program acara Kelana Kota sebagai media *Civic Journalism*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan pandangan Radio Suara Surabaya terhadap konsep *Civic Journalism*.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi Radio Suara Surabaya dalam menjalankan program acara Kelana Kota sebagai Media *Civic Journalism*.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi pemikiran, baik secara teoritik maupun secara praktis:

1. Secara Teoritik

Penelitian ini diharapkan memberi manfaat dan Memperkaya khasanah ilmu pengetahuan khususnya yang terkait dengan bidang Ilmu Komunikasi Jurnalistik.

2. Secara Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumbangan yang berguna bagi masyarakat media maupun pengguna media, serta bahan informasi bagi peneliti sendiri maupun mahasiswa lain dalam kajian jurnalistik media.

E. Definisi Konsep

Maksud ditentukannya konsep dalam penelitian ini adalah agar tidak terjadi salah paham dan salah pengertian dalam memahami konsep-konsep yang diajukan dalam penelitian.

1. *Civic Journalism*

Sebelum berbicara tentang *civic Journalism*, atau juga sering disebut *public journalism*, *citizen journalism*, jurnalistik interaktif dan juga jurnalistik warga, adalah proses jurnalistik yang melibatkan langsung pendengar atau warga dalam menyampaikan berita atau informasi. Warga sebagai penyaji berita dan pendengar berita, yang dikemas dalam media massa.

Perbedaan yang sangat kentara *civic journalism* dengan jurnalistik biasanya, adalah berita yang disampaikan bukan dari wartawan atau reporter profesional yang selama ini menyuplai dan menyajikan berita, sehingga sampai pada ruang dengar dan lihat kita, namun didalam *civic journalism* masyarakat sendiri yang menyampaikan berita itu.

Nilai lebih dari *civic journalism* adalah berita yang disampaikan oleh warga lebih akurat dan cepat hal ini dikarenakan warga selaku pengirim berita berhubungan langsung atau ditempat kejadian sehingga

nilai keakuratan dan kecepatan berita langsung dapat disampaikan.

Dalam *civic journalism*, siapa pun dapat membuat, menyebarkan, bahkan menjadi narasumber, sekaligus mengkonsumsi berita dalam format tulisan, foto, suara, maupun gambar bergerak.⁵

Masyarakat dapat menginformasikan tentang berbagai hal yang diperoleh langsung dari tempat kejadian, itu dapat terwujud karena pemberi informasi adalah pendengar yang berada di lokasi kejadian dan mereka dapat melaporkan kejadian itu ke media massa, berita yang telah disampaikan oleh warga tersebut juga akan mendapat tanggapan dari warga yang lain sehingga akan didapat penyelesaian dari informasi tersebut.

2. Kelana Kota

Pada tahun 1994 Radio Suara Surabaya mengembangkan jurnalistik interaktif dengan strategi *open format*, yang mempengaruhi bentuk siaran keseluruhan menjadi satu *core program* acara kelana kota. Sebelumnya Radio Suara Surabaya sejak berdirinya tahun 1983 secara sadar menerapkan format radio *news* atau informasi dengan motto “FM News dan Musik Hit”.

Tahun 1994 dikembangkan konsep interaktif dengan motto *news-interaktif-solutif*⁶. Dengan motto tersebut, masyarakat sebagai pendengar tidak hanya diajak untuk berpartisipasi dalam menyampaikan informasi

⁵ <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0605/15/teropong/2652478.htm>, diakses 18 September 2007

⁶ History Radio Suara Surabaya, <http://www.kampungmedia.com/>, diakses 20 April 2007

tetapi juga memberi solusi penyelesaian atas permasalahan yang telah disampaikan pendengar lain.

Dalam program acara kelana kota masyarakat dapat menginformasikan berita melalui telepon (031) 5600000 yang telah disediakan oleh Radio Suara Surabaya, sebelumnya masyarakat sebagai penyampaian berita akan melewati *gate keeper* yang memberi pengarahan pada pendengar sebelum mengudara, sehingga ketika tampil diudara pendengar dapat menyampaikan berita yang factual, dan penyampai opini yang tidak melanggar etika. Dengan demikian, kebohongan atau kepentingan-kepentingan tertentu dari pendengar yang mengudara seminimal mungkin dapat ditekan⁷.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan dalam pembahasan serta mempermudah dalam pemahaman lainnya, maka skripsi ini dibagi enam bab, yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN yang berisi pembahasan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep dan sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA yang berisi pembahasan mengenai media massa, radio, format radio, kemudia pembahasan mengenai pengertian tentang konsepsi tentang *Civic Journalism*, dan penerapannya di radio.

⁷ Tri Martha Herawati, Tesis Tipologi Pendengar Radio News Interaktif (Studi Tipologi Khalayak Pendengar Radio Suara Surabaya), Program Pasca Sarjana Universitas Airlangga, 2006

BAB III : METODE PENELITIAN yang berisi pembahasan mengenai pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan teknik keabsahan data.

BAB IV : PENYAJIAN DATA yang berisi pembahasan tentang gambaran umum Radio Suara Suarabaya, Profil Program Acara Kelana Kota, deskripsi hasil penelitian yang meliputi pandangan tentang konsep *civic journalism*, strategi dan tahapan pelaksanaan *civic journalism* pada program acara Kelana Kota. .

BAB V : ANALISIS DATA yang berisi pembahasan tentang interpretasi dari hasil penelitian yang diperoleh melalui temuan dari data dan konfirmasi temuan data dengan teori.

BAB VI : PENUTUP yang merupakan bagian akhir dari skripsi ini yang memuat tentang kesimpulan serta saran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Media Massa

Media massa merupakan kependekan dari media komunikasi massa, media massa lahir untuk menjembatani komunikasi antar massa, massa merupakan kelompok individu yang heterogen, tetapi saling bergantung satu sama lain.

Ketergantungan antar massa menjadi penyebab lahirnya media yang mampu menyalurkan hasrat, gagasan dan kepentingan masing-masing agar diketahui dan dipahami oleh yang lain, penyaluran hasrat, gagasan dan kepentingan tersebut dinamakan pesan (*message*) dengan demikian pada hakikatnya media massa adalah media saling-silang pesan antarmassa.⁸

Dari pemikiran diatas maka media massa terlahir dengan berbagai fungsi, dalam berbagai wacana tentang fungsi media massa, disebutkan ada 4 fungsi media massa diantaranya, sebagai fungsi penyalur informasi, fungsi mendidik, fungsi menghibur dan fungsi mempengaruhi, keempat fungsi yang ada di media massa tersebut tidak dapat dipisahkan karena saling mempengaruhi satu diantara yang lainnya.

Ketika media massa melakukan fungsi informasi, tentu dilarang keras meninggalkan fungsi mendidik dan fungsi-fungsi lainnya.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

⁸ Onong Uchana Efendi, *Radio Siaran; Teori dan Praktek*, (Bandung: Alumni, 1978), hal. 14

Dengan demikian, fungsi media massa sesungguhnya hanya satu fungsi namun dipilah-pilah menjadi empat fungsi, dengan kata lain fungsi media massa adalah *four in one function*.⁹

Namun didalam kenyataannya banyak pengelola media saat ini inemisah-misahkan fungsi media massa. Media hanya menjalankan satu atau dua fungsi saja dengan menanggalkan fungsi yang lainnya. Banyak pihak yang memilih fungsi penyalur informasi hanya berfungsi menghibur saja, tanpa memperdulikan fungsi mendidik dan mengabaikan fungsi-fungsi lainnya. Bahkan ada yang menitikberatkan pada satu fungsi, misalnya fungsi menghibur saja.

Pemisahan fungsi-fungsi media massa itu barangkali bisa dikatakan sah-sah saja namun perlu disadari proses kelahiran media massa diawali oleh kebutuhan (*need*) masyarakat untuk berkomunikasi. Ketika anak manusia melakukan komunikasi intrapesona (komunikasi dengan diri sendiri) kemudian dengan komunikasi interpesona (komunikasi antar individu) memang tidak diperlukan media massa. Namun ketika jumlah manusia sudah kian banyak dan heterogen, maka manusia membutuhkan media komunikasi, yang disebut dengan media massa. Dengan demikian karakteristik umum media massa satu diantaranya memiliki komunikan yang heterogen.¹⁰

Suatu sumbangan besar yang diberikan oleh media massa ialah kenyataan “mempersatukan” khalayak yang sangat heterogen melalui pesan dan medianya, mengingat pada dasarnya khalayak sendiri terdiri dari bentuk

⁹ Ibid., hal. 8

¹⁰ Ibid., hal. 9

kolektivitas dari berbagai sifat, tidak saling mengenal, tidak memiliki identitas yang sama, tidak saling berinteraksi (kecuali dalam kelompok), tidak memiliki pemimpin yang mengikat mereka bersama, sifat mempersatukan khalayak itulah yang menjadi salah satu keunggulan media massa.

Media massa sering menyediakan bahan bagi kita untuk membentuk persepsi terhadap kelompok dan organisasi lain, serta peristiwa tertentu. Selain itu media juga berperan lain diantaranya sebagai berikut :¹¹

1. Jendela pengalaman yang meluaskan pandangan kita dan memungkinkan kita mampu memahami apa yang terjadi disekitar diri kita, tanpa campur tangan pihak lain atau sikap memihak.
2. Juru bahasa yang menjelaskan dan memberi makna terhadap peristiwa atau hal yang terpisah dan kurang jelas.
3. Pembawa atau pengantar informasi dan pendapat.
4. Jaringan interaktif yang menghubungkan pengirim dan penerima melalui berbagai macam umpan balik.
5. Papan petunjuk jalan yang secara aktif menunjukkan arah, memberikan bimbingan atau instruksi.
6. Penyaring yang memilih bagian pengalaman yang perlu diberi perhatian khusus dan menyisikan aspek pengalaman lainnya. Baik secara sadar dan sistematis maupun tidak.

¹¹ digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
 Philastrid Susanto, *Komunikasi dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Bina Cipta, 1982) hal. 7

7. Cermin yang memantulkan citra masyarakat terhadap masyarakat itu sendiri, biasanya pantulan citra itu mengalami pantulan (*distorsi*) karena adanya penonjolan terhadap segi yang mereka hakimi atau cela.
8. Tirai atau penutup yang menutupi kebenaran demi mencapai tujuan propaganda atau pelarian dari suatu kenyataan (*escapism*).

Media massa digolongkan ke dalam media massa cetak berupa surat kabar, majalah, tabloid dan media massa elektronik yang terdiri atas radio dan televisi. Semua media massa tentunya mempunyai karakteristik yang berbeda bila dibandingkan dengan media massa lainnya

Secara umum media massa memiliki karakteristik yang sama yakni, komunikatornya melembaga, pesannya serempak, komunikannya heterogen, umpan baliknya tertunda, karakter umum tersebut ada pada surat kabar, majalah, tabloid, televisi dan radio. Keempat karakteristik itu melekat pada media massa artinya, jika tidak memenuhi karakteristik tersebut bukan media massa. Namun secara khusus masing-masing media massa memiliki karakteristik tersendiri.¹²

B. Karakteristik Radio

Sebagai unsur dari proses komunikasi, dalam hal ini sebagai media massa, radio siaran mempunyai ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya, jelas berbeda dengan surat kabar yang merupakan media cetak, ataupun media elektronik lainnya semisal televisi, walaupun ada

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

¹² Sam Abede Pareno, Op.cit, hal. 22

persamaannya dalam sifatnya yang elektronik, terdapat perbedaan, yakni radio sifatnya auditif, sedangkan televisi sifatnya audio-visual.

Penyampaian pesan melalui radio siaran dilakukan dengan menggunakan bahasa lisan, walaupun ada lambang-lambang non verbal yang dipergunakan jumlahnya sangat minim, umpamanya tanda waktu pada saat akan memulai acara warta-berita dalam bentuk bunyi telegrafi atau bunyi salah satu alat musik.¹³

Radio mempunyai karakteristik yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, karena memberikan kontribusi yang besar bagi perkembangan komunikasi massa. Karakteristik radio memberikan manfaat yang unik, baik ditinjau sisi kelebihan maupun kekurangannya. Dalam bukunya *Media fact book-KBP*, Pedroche, Toledo, dan Montilla mengungkapkan bahwa karakteristik radio memberikan manfaat yang unik, diantaranya:

1. Menarik imajinasi
2. Cepat, radio merupakan alat informasi yang efisien dan tanpa banding
3. Mudah dibawa
4. Tidak memerlukan kemampuan membaca dan menulis
5. Tidak memerlukan konsentrasi penuh dari pendengarnya
6. Cukup murah

¹³ Onong Uchana Efendy. *Radio siaran teori dan praktek* (bandung: Alumni, 1978), hal.14

7. Mudah digunakan seperti yang lainnya, radio juga memiliki keterbatasan, bawa radio hanya sebuah media buta.¹⁴

Sekalipun media radio dikatakan sebagai media buta karena hanya berupa suara, namun suara merupakan sebuah instrumen penting yang perlu dikaji lebih mendalam. Sculberg dalam bukunya yang berjudul *Radio Advertising The Authoritative Handbook* mengatakan bahwa para ahli psikologi telah menyimpulkan bahwa memori ingatan yang berasal dari aspek pendengaran manusia, ternyata jauh lebih kuat dari pada ingatan yang diperoleh dari indra penglihatan atau penciuman.

Chalter dan harris dalam bukunya *Lokal Radio Journalism* mengatakan, radio adalah media terbaik untuk berimajinasi. Pendengar selalu mencoba berimajinasi terhadap apa yang didengar dan apa yang dijelaskan. Gambaran tersebut berupa emosi, misalnya suara kesedihan seorang ibu yang menginformasikan ia telah kehilangan putri remajanya.

Gambaran dalam radio tidak terbatas oleh ukuran sebuah layar, tetapi menurut apa yang diinginkan. Sculberg menjelaskan bahwa radio bukanlah pesawat televisi, radio tanpa gambar, karena tidak ada gambaran yang sifatnya literal. Saat radio melakukan siaran dengan penuh kreativitas oleh para penggagas program-programnya dan juga oleh para pengiklannya, maka radio dapat memberikan kesan tersendiri dalam pikiran orang.¹⁵

Karakteristik yang disebutkan diatas adalah karakteristik umum yang dimiliki oleh radio. Karakteristik yang lebih khusus lagi dimiliki oleh radio

¹⁴ Harley Prayudha, *Radio Penyiar It's Not Just Talk* (Surabaya: Banyu Media Publishing, 2006), hal.11

¹⁵ Ibid., hal.11

bergantung pada visi dan misi pengelolanya. Dalam konteks visi dan misi, radio dapat digolongkan ke dalam:

- a. Radio pemerintah (disebut dengan radio publik)
- b. Radio pemerintah daerah/kota
- c. Radio swasta umum (nasional/lokal)
- d. Radio komunitas ¹⁶

1. Sifat Pendengar Radio

Pendengar merupakan sasaran komunikasi massa melalui media radio siaran. Komunikasi dapat dikatakan efektif, apabila pendengar terpicat perhatiannya, tertarik, mengerti dan tergerak hatinya dalam melakukan kegiatan yang diinginkan si pembicara, berikut ini adalah sifat-sifat pendengar radio siaran yang turut menentukan gaya bahasa radio:

a. Heterogen

Pendengar adalah massa, sejumlah orang yang sangat banyak yang sifatnya heterogen, terpencar-pencar di berbagai tempat, di kota, di desa, rumah, kantor dan sebagainya. Mereka berbeda dalam jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan dan taraf kebudayaan. Ada pria, wanita berpendidikan tinggi dan ada pula yang berpendidikan rendah.

Selain itu pendengar berbeda dalam pengalaman dan keinginan, sifat dan kebiasaan yang keremuanya itu menjadi titik acuan bagi penyiar dalam menyiarkan pada pendengar.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

¹⁶ Sam Abede Pareno, Op.cit, hal. 62

b. Pribadi

Karena pendengar berada dalam keadaan heterogen, terpencar-pencar di berbagai tempat dan umumnya di rumah-rumah, maka suatu pesan dapat diterima dan dimengerti kalau sifatnya pribadi (personal) sesuai dengan situasi dimana pendengar itu berada.

Radio merupakan alat yang isi pesannya dapat diterima oleh pendengar, apabila si pembicara dalam membawakan program acara radio seolah-olah berbicara dengan pendengar. Dalam situasi ini, tidak mungkin si pembicara dalam memberikan uraian berbicara dengan semangat dan berapi-api, seperti berpidato pada massa yang sangat banyak di lapangan.

c. Aktif

Pada mulanya ahli komunikasi mengira bahwa pendengar radio sifatnya pasif tapi dalam kenyataannya berbeda. Hal ini dibuktikan oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Wilbur Schramm, Paul Lazarsfeld dan Raymond Bauner, ahli-ahli di Amerika. Mereka berpendapat bahwa pendengar radio sebagai sasaran komunikasi massa jauh dari pada pasif.

Apabila mereka menjumpai sesuatu yang menarik dari sebuah stasiun radio, mereka aktif berfikir, melakukan interpretasi, mereka bertanya-tanya pada dirinya apakah yang diucapkan oleh seorang penyiar atau pembawa berita radio benar atau tidak.

d. Selektif

Pendengar sifatnya selektif. Ia dapat dan akan memilih program acara radio yang ia sukai, begitu banyak stasiun radio dengan aneka jenis acara siaran yang saling berlomba-lomba untuk memikat perhatian pendengar. Ketika ada program acara yang tidak sesuai dengan selera pendengar, maka radio tersebut akan kalah bersaing. Oleh karena itulah maka dalam proses komunikasi massa, unsur pendengar banyak diteliti, karena sasaran yang kompleks ini menyangkut berbagai segi sosiologis, psikologis, edukatif, kultural dan juga politis dan ekonomis.¹⁷

Pemahaman atas siapa dan apa kedudukan khalayak pendengar mesti dipahami sebagai tumpuan utama filosofi komunikasi informasi. Khalayak sebagai komunikan merupakan komponen subyek komunikasi yang sekaligus merupakan target obyek. Karena itu pemahaman terhadap siapa pendengar radio tentu menjadi mutlak

Ari R. Maricar¹⁸ dalam suatu makalah yang berjudul "Kebijakan dan Prosedur Pemberitaan di Radio" mengatakan, Dalam kaitan pengenalan terhadap khalayak, masyarakat radio memilahnya dalam kategori :

- a. Demografi (jenis kelamin, usia, pekerjaan dan seterusnya)
- b. Geografi (perkotaan, pedesaan, pesisir dan sejenisnya)

¹⁷ Onong Uchana Efendy, *radio siaran teori dan praktek* (bandung: alumni, 1983), hal.89-92

¹⁸ Ari R. Maricar, *Kebijakan dan Prosedur Pemberitaan di Radio*, makalah dipaparkan pada Diskusi Jurnalisme Radio (Kediri: PC. PRSSNI Wilayah III Jawa Timur, 1994) 10 Agustus

- c. Psikografi (status sosial ekonominya, biasa diukur dengan besarnya belanja perbulan, juga menyangkut minat serta perhatiannya terhadap hal-hal tertentu, seperti berlibur dan lain-lain).

2. Radio Formating

Namun didalam perkembangan media massa tidak lepas dari komunikasi massa itu sendiri. Salah satu perubahan teknologi baru menyebabkan dipertanyakan kembali definisi komunikasi itu sendiri. Definisi komunikasi massa sebelumnya sudah cukup jelas. Komunikasi massa bisa didefinisikan dalam tiga ciri:

- a. Komunikasi massa diarahkan kepada *audiens* yang relatif besar, heterogen, dan anonim.
- b. Pesan-pesan yang disebarkan secara umum, sering dijadwalkan untuk bisa mencapai sebanyak mungkin anggota *audiens* secara serempak dan sifatnya sementara.
- c. Komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar.¹⁹

Tetapi internet, *newsgroup*, *mailing list*, perbincangan di radio yang mengundang telepon dari pendengarnya, *World Wide Web*, televisi kabel multisaluran, dan buku-buku yang melampirkan disket-disket komputer, yang tidak dapat dikategorikan dengan mudah apakah mereka termasuk dalam komunikasi massa atau bukan.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

¹⁹ Sam Abede Pareno, Op.cit, hal. 62

Beberapa ciri lingkungan media baru adalah sebagai berikut:

- a. Teknologi dahulu berbeda dan terpisah seperti percetakan dan penyiaran sekarang bergabung.
- b. Kita sedang bergeser dari kelangkaan media menuju media yang melimpah.
- c. Kita sedang mengalami pergeseran dari mengarah kepuasan massa *audiens* kolektif menuju kepuasan group atau individu.
- d. Kita sedang mengalami pergeseran dari media satu arah menuju media interaktif.

Dari definisi tersebut diatas maka radio harus mempunyai karakteristik yang berbeda dengan radio yang lainnya. Dewi H. Soedarsono²⁰ dalam tesisnya yang berjudul “Peranan Program Siaran Radio Suara Suarabaya FM Dalam Perkembangan Opini dan Prilaku Khalayak Pendengar” mengatakan, untuk menghadapi tantangan yang semakin berat, yang dihadapi oleh pengelola radio siaran untuk memberikan program-program siaran yang bermutu dan layak siar, juga menghadapi kompetisi yang sangat ketat, maka Radio Siaran harus mampu mendekati segmen pasar yang lebih spesifik

Disadari atau tidak semakin banyaknya media massa berarti semakin banyak pula informasi yang akan diterima oleh khalayak pendengar maupun pembaca.

²⁰ Dewi H. Soedarsono, “Peranan Program Siaran Radio Suara Suarabaya FM dalam Perkembangan Opini dan Prilaku Khalayak Pendengar” (Tesis, Program Pascasarjana Universitas Padjajaran Bandung, 1999) hal. 31

Dalam hal ini memungkinkan akan terjadi ekspansi media produk sampai dengan iklan sehingga banjir pesan tidak terelakkan lagi sedangkan daya serap khalayak terhadap informasi terbatas.

Hal ini terjadi karena benak manusia menolak informasi baru yang tidak mungkin dicerna dengan mudah, lantaran kerangka berfikir dan lingkup pengalamannya tidak sesuai/berbeda, banjir pesan demikianlah yang menimbulkan *over communicated* bagi khalayak sasaran media

Keberhasilan suatu kegiatan komunikasi sangat tergantung pada sejauh mana pesan yang disampaikan dapat efektif mencapai sasaran, dengan adanya *over communicated* tersebut maka efektivitas komunikasi tidak akan tercapai. Oleh karena itu upaya RSS dalam mencari celah yang memungkinkan *mind* khalayak sasaran dapat menerima informasi tersebut merupakan hal yang terpenting, yaitu memberikan kekhususan baik dari *image* maupun program pada RSS itu sendiri di benak khalayak pendengar.

Dengan kata lain, RSS harus berupaya memposisikan program maupun jasa kedalam benak khalayak sasaran. Hal ini dikenal dengan istilah *positioning* dan dijelaskan oleh Michael H. Adams & Kimberly K. massey sebagai:²¹

Unique characteristics and service they can offer to the public, station must also engage in marketing to separate themselves from their competition.

Bentuk lain yang harus diperhitungkan oleh RSS adalah seberapa besar program yang dibuat dapat dinikmati oleh khalayak pendengar, lebih lanjut Michael menyebutnya dengan *rating* atau dengan kata lain *audience share* yaitu untuk mengetahui berapa banyak khalayak pendengar yang mendengarkan di setiap program radio.

Dari sudut pemilihan khalayak pendengar, RSS harus tampil beda dengan demikian RSS harus pandai melakukan *positioning* berdasarkan analisis pasar/khalayak. Seperti halnya media lain (surat kabar dan televisi) radio pun perlu memilih sekmen masyarakat tertentu, sebagai khalayak sasarannya, baik segmentasi berdasarkan usia, status ekonomi, lokasi tinggal maupun tingkat pendidikan.

Sifat radio yang *local area*, maka penajaman segmentasi khalayak pendengar merupakan hal pokok. Penajaman segmentasi khalayak yang dikenal dengan istilah *format* dimana oleh Warren K Age diartikan sebagai *audiences segment with special listening interest*. Sedangkan Lewis B. O'Donnell dalam bukunya *Announcing* mendefinisikan format sebagai berikut :

*Format is built by the style of announcing, by the overall pace of program elements, by the choice of announcers, by the sound of commercials, even by the choice of microphones.*²²

Istilah program siaran radio dapat dianalogikan sebagai barang (*goods*) atau pelayanan (*services*) yang dijual pada bentuk bisnis lain. Menurut John R. Bitter, program atau kerap disebut pula dengan istilah

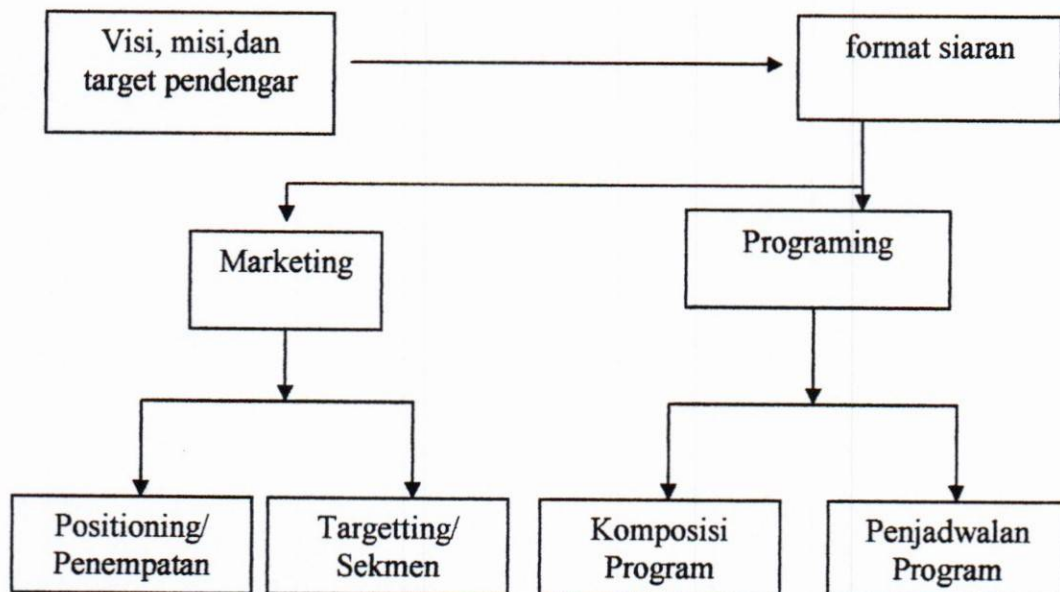
“acara” adalah barang yang dibutuhkan orang, sehingga mereka bersedia mendengarkannya. Dalam dunia keradioan, mengerti format stasiun (*station format*) adalah jantung dari seluruh kinerja pemrograman.²³

Setiap olah produksi program siaran mengacu pada pilihan format stasiun radio yang semakin spesifik (*segmented*) seiring semakin banyaknya jumlah radio dan semakin tersekmennya pendengar. Makin modern radio, makin terspesialisasi formatnya, makin kompetitif sebuah radio maka makin fokus posisi programnya. Penajaman program siaran adalah konsekuensi dari tajamnya format stasiun.

Format stasiun didefinisikan sebagai formulasi seluruh aktivitas siaran dalam kerangka pelayanan pendengar. Format stasiun diwujudkan dalam bentuk prinsip-prinsip dasar tentang apa, untuk siapa dan bagaimana sebuah olah siar di stasiun radio hingga sebuah acara dikomunikasikan kepada pendengar. Ruang lingkup kajian format stasiun amat luas, tidak terbatas pada *programing* semata tetapi juga marketingnya. Menurut Lewis B. O'Donnel, format stasiun lebih sekedar musik. Ia melingkupi:

1. Produksi siaran
2. Personalitas siaran
3. Programa siaran

Dalam perspektif pemasaran, format stasiun adalah penempatan posisi radio untuk membidik pendengar perumusan format dapat digambarkan sebagai berikut:²⁴



Tujuan penentuan format stasiun adalah untuk memenuhi sasaran khalayak secara spesifik dan untuk kesiapan berkompetisi dengan radio dan televisi di suatu lokasi siaran. Dalam sejarah perkembangan radio, terdapat lebih dari 100 format stasiun, ini terjadi karena semakin kompetitifnya radio siaran. Terdapatnya sedikitnya sepuluh format stasiun yang populer, tertua dan melahirkan anak-anak format radio berikutnya. Peringkat format ini saling berfluktuasi seiring maraknya bisnis radio siaran. Empat versi format stasiun radio menurut Lewis B. O'Donnel adalah 1) *Adult Contemporary* 2) *Contemporary Hit Radio* 3) *Country* 4) *Album Oriented Rock*.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

²⁴ Ibid., hal. 36

Delapan versi format stasiun menurut Associated Press adalah 1) *Adult Contemporary* 2) *Country Top 40/Rock* 4) *Easy Listening/ Beautiful Music* 5) *Album Oriented Rock* 6) *Oldies* 7) *Urban Contemporary* 8) *All/ Talk*.

Format stasiun lahir dan berkembang seiring dengan tuntutan spesialisasi siaran akibat maraknya pendirian stasiun radio. Menurut Michael C. Keith, spesifikasi atau *narrowcasting* ini pada tahun 1985-an menyelamatkan media radio dari kebangkrutan di Amerika Serikat.

Dari beberapa uraian mengenai *format*, maka dapat diberikan beberapa deskripsi tentang fungsi *format*, yaitu:²⁵

1. Memungkinkan jangkauan kelompok pendengar lebih khas
2. Menciptakan *personality* dari Radio Siaran Swasta
3. Alat untuk mengatur kompetisi antar RSS
4. Dapat memperkecil duplikasi kelompok pendengar
5. Memperpanjang *time spent listening*
6. Memungkinkan meningkatkan *billing* iklan

C. Civic Journalism

1. Latar Belakang

Dengan jatuhnya Orde Baru yang ditandai dengan era reformasi, media massa adalah pihak yang paling diuntungkan, karena jatuhnya rezim orba membangkitkan kebebasan pers. Sudah tidak perlu lagi surat izin usaha penerbitan pers (SIUPP), penanganan dan pengawasan dalam

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

²⁵ Dewi H. Soedarsono. Op.cit, hal. 33

mendirikan stasiun radio dan stasiun televisi sudah tidak ketat lagi, asalkan memenuhi persyaratan teknis. Media massa dewasa ini sudah dalam massa kebebasan uforia, bukan hanya pada penerbitan dan pendiriannya, melainkan isinya sudah tidak ada pembatasan. Berbeda dengan massa yang lalu, kebebasan berinformasi dan berberita pada itu dikekang, namun sekarang berbeda. Imbauan dari presiden hanya sekedar imbauan, tidak diikuti oleh surat keputusan (SK) yang mengharuskan ini, itu sebagaimana di massa orde baru.²⁶

Pasca reformasi bergulir di Indonesia, telah memberikan tanda zaman dalam penyiaran jurnalisme radio. Pertumbuhan kesadaran peran informasi, radio yang diikuti pertumbuhan jumlah radio yang berinformasi di Indonesia, bisa dianggap sebagai ekspresi perubahan tersebut. Tradisi baru mulai muncul, antara lain ditandai dengan kelahiran insitusi seperti “68-H” atau “Quadrant yaitu kantor berita radio auditif yang menggunakan internet/ satelit sebagai pola distribusinya. Juga sebagai tanda zaman adalah sindikasi penyiaran informasi menurut kaidah “network” yaitu siaran informasi yang dilakukan bersama dan serentak. Contohnya di Jawa Timur, antara tahun 1997-1999 tersebut terselenggara siaran berita “spektrum” yang diudarkan serentak oleh 94 radio swasta anggota Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) selama 10 menit.²⁷

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

²⁶ Sam Abede Pareno, *media massa antara realitas dan mimpi* (Surabaya: Papyrus, 2005), hal. 7-8

²⁷ Errol Jonathans, *Politik dan Radio*, (Jakarta: Friedrich Nauman Stiftung, 2000) hal. 37

Greget lain sebagai ekspresi perubahan adalah pertumbuhan konsep *Journalisme interaktif*. Basis bentuk ini memberi peluang khalayak pendengar terlibat dalam proses siaran informasi. Pendengar bukan lagi seorang penikmat, tetapi aktif sebagai pemberi informasi sebagaimana layaknya reporter. Pola ini yang sekarang paling cepat berkembang di radio siaran di negeri ini.

Tahun 1995 Ted Bolton, Direktur Bolton *Research Corporation* dan penerbit *RadioTrends* mengejutkan jurnalis radio dan radio yang berformat informasi. Pernyataan tentang *the death of traditional news* membangunkan para pekerja pemberitaan radio bahwa masyarakat sedang bergerak mengikuti perubahan teknologi yang memperluas kekayaan pengaksesan informasi.

Hasil penelitian pola konsumsi media yang dilakukan terhadap sekelompok segmentasi dewasa berusia 25-49 tahun, melalui metode *Focus Group Discussion* (FGD) atau survey telapon menyimpulkan bahwa masyarakat sedang memasuki proses konsumsi informasi mandiri dibanding keadaan 20 tahun lalu, perbedaaan mencolok terjadi pada pola ketergantungan terhadap medianya. Menurut Ted Bolton, dulu masyarakat termasuk khalayak pendengar radio sangat tergantung pada informasi yang disajikan media, Sekarang merekalah yang aktif mengakses informasi dari mana-mana.²⁸

²⁸ Ibid., hal. 33

Sedangkan kapan munculnya istilah jurnalisme warga atau *civic journalism* belum diketahui namun sejak bom yang mengguncang London, Inggris pada 7 Juli 2005, tidak hanya mengguncang dunia karena persoalan kemanusiaan dengan tewasnya lebih dari 50 warga. Akan tetapi, bagi pengamat media massa, bom London juga dianggap "tonggak" sejarah lahirnya pers baru, yakni jurnalisme warga atau *civic journalism*. Dalam *civic journalism*, bukan wartawan/reporter profesional yang membuat berita, tetapi warga biasa.²⁹

Diceritakan seorang warga yang bernama Tim Porter yang menuangkan unek-uneknya di situs pribadi miliknya, First Draft. Saat bom meledak, istrinya berada di dekat lokasi kejadian. Porter baru mengetahui serangan teroris itu saat ditelepon mertuanya. Setelah menjemput istrinya, Porter lalu berselancar di dunia maya (internet) mencari informasi lebih lanjut.

Mengapa tidak mencari informasi di radio atau televisi pada saat itu? Mengherankan, kedua jenis media massa elektronik itu masih sunyi, bungkam seribu bahasa, seakan-akan tidak ada kejadian dahsyat. Situs dot.com, yang biasa menyuplai berita flash, juga sama saja. Apalagi mencari informasi di tumpukan koran yang terbit hari itu, sama juga bohong. Porter dengan cepat menemukan informasi paling gres dan mutakhir tentang ledakan bom London dari sebuah situs pribadi. Jeff

²⁹ digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
 PEPIT NUGRAHA, *Kita Semua Wartawan* <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0605/15/teropong/2652478.htm>, diakses 05 Desember 2007

Jarvis dan Steve Yelvington, dua warga yang berada paling dekat dengan pusat ledakan, yang mem-posting-kan rekaman video kepanikan orang di dalam stasiun kereta api bawah tanah ke sebuah situs pribadi. Gambar diambil Adam Stacey, penumpang lainnya, dengan menggunakan telepon genggam yang dilengkapi dengan kamera video miliknya.

Beberapa menit kemudian, gambar yang sangat "berbicara banyak" itu sudah dapat diklik dan diambil (download) saluran televisi BBC untuk segera disiarkan. Dalam First Draft, Porter menulis: "Terorisme membuat Stacey menjadi korban, teknologi membuatnya menjadi reporter. Dari kejadian itu, Jarvis yang mem-posting-kan gambar karya Stacey menyadari saat peristiwa penting terjadi, saksi mata yang berbekal alat komunikasi sekaligus perekam gambar bisa langsung menyiarkan peristiwa itu dalam beberapa menit setelah kejadian. "Berita yang dibuat wartawan tidaklah seperti itu.

Didalam *civic journalism* warga dapat langsung menyampaikan berita, informasi. Lalu, di mana peran wartawan dot.com, radio, televisi, atau wartawan harian yang katanya profesional itu? Cukup menampar wajah para jurnalis sebab kecepatan menyiarkan peristiwa tidak lagi monopoli wartawan profesional, tetapi diambil alih warga biasa. Warga yang menjadi wartawan.³⁰

Di Indonesia, terjangan tsunami Aceh direkam oleh seorang penduduk menggunakan kamera genggam. Stasiun televisi swasta, Metro

³⁰ <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0605/15/teropong/2652478.htm>, diakses 05 Desember 2007

TV, "menjual" peristiwa aktual dan penting itu dengan menayangkannya berulang-ulang. Saat pesawat Lion Air tergelincir di Bandara Juanda, Surabaya, 4 Maret 2006, Kompas memuat foto utama yang dibuat seorang penumpangnya, Sidik Nurbudi. Ia memotret penumpang lainnya yang berhamburan panik ke luar pesawat. Bandara yang dijaga ketat aparat keamanan mustahil dapat diakses warga sipil, termasuk wartawan.

2. Konsep *Civic Journalism*

Journalisme berasal dari perkataan *journal*, artinya catatan harian, atau catatan mengenai kejadian sehari-hari. MacDougall menyebutkan bahwa *journalisme* adalah kegiatan menghimpun berita, mencari fakta, dan melaporkan peristiwa³¹. Sedang *civic* merupakan warga.

Civic journalism atau jurnalisme warga adalah sejenis jurnalisme yang menekankan pelayanan masyarakat yang lebih baik dengan mengidentifikasi masalah-masalah dan isu-isu penting serta berfokus pada masalah-masalah dan isu-isu tersebut.³²

Munculnya istilah *civic journalism* atau jurnalisme warga menurut Prof. Jay Rosen dari New York University sebagai bentuk ketidakpuasan terhadap praktik jurnalisme "tradisional". Istilah *civic journalism* atau jurnalisme warga merupakan sebuah semangat ideal tentang hak masyarakat terhadap informasi. Pada saat penyajian informasi hanya dimiliki oleh modal-modal besar industri (media massa *mainstream-red.*),

³¹ Hikmat Kusumaningrat & Purnama Kusumaningrat, *Jurnalisme Teori & Praktik*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), hal. 15

³² Warner J. Severin, James W. tankard, *Teori Komunikasi Sejarah Metode & Terapan di Dalam Media Massa* (Jakarta: Prenada Media 2005) hal. 284

sebagian khalayak mulai menemukan ketidakpuasan terhadap industri media massa.

Rasa tidak puas itu, kadang terkait dengan credo jurnalisme tentang objektivitas, independensi awak media, sudut pandang isu, serta wacana etika di balik produk-produk jurnalisme “konvensional”. Rasa tidak puas juga terjadi karena perhatian media massa industri hanya terkait pada isu-isu sensasional terkait kepentingan segelintir elite. Mereka seolah melupakan isu-isu masyarakat yang berada di tingkat lokal.³³

Civic journalism atau jurnalisme warga juga dikenal dengan *participatory journalism* adalah tindakan warga berperan aktif dalam proses mengumpulkan, melaporkan, penelitian dan melaporkan berita dan informasi menurut kejadian yang ada disekitarnya melalui media yang ia percayai dalam melaporkan. Pendengar sedang Membentuk Massa depan Berita Dan Informasi.

Shayne Bowman dan Chris Willis, mengatakan, tujuan dari keikutsertan ini adalah untuk menyediakan informasi mandiri, dapat dipercaya, akurat, meliputi banyak hal dan relevan informasi yang merupakan bagian dari demokrasi. *civic journalism* atau jurnalistik warga berbeda dengan jurnalisme yang disampaikan oleh wartawan profesional, pada umumnya jurnalistik warga adalah suatu format pelaporan oleh warga dari hasil pandang yang ada disekitarnya.³⁴

³³ <http://www.pikiran-rakyat.com/cetak/2007/112007/01/kampus/obrolan.htm>, diakses 5 Desember 2007

³⁴ http://ekawenats.blogspot.com/2007_01_01_archive.html, diakses 5 Desember 2007

Sementara ini, umumnya pendapat ahli tentang latar belakang munculnya jurnalisme warga, tidak berbeda jauh. Namun, perbedaan terminologi serta kosakata turunan lainnya tentang fenomena tersebut, kian bermunculan. Ruang perdebatan (diskursus) terkait fenomena jurnalisme warga ini, masih terbuka luas.

Ada yang memberi batasannya dengan memberikan kriteria perbedaan dengan praktik jurnalisme tradisional di beberapa titik. Salah satu yang paling penting adalah ketika sudah tidak ada perbedaan pada taraf produsen dan konsumen. Gerakan ini juga muncul, dilandasi oleh adanya kesan bahwa pers umum hanya meliput isu-isu sensasional. Di sisi lain, isu-isu lokal tidak terangkat. Ya, kalau kita mau pakai analisis politik ekonomi, jelas ada masalah *advertising* di dalamnya.

Jadi, yang membuka pendefinisian *civic journalism* itu dibuka dari bawah ke atas. Jurnalisme mengambil sumber bisa dari mana saja. Isinya juga bisa dibuat oleh siapa saja.

Gagasan lahirnya jurnalistik warga adalah warga tanpa keahlian dan pelatihan seperti wartawan pada umumnya dapat menggunakan perkakas teknologi modem dan distribusi yang global (Internet) atau media massa untuk menciptakan, meningkatkan atau fact-check media pada [atas] mereka sendiri atau bekerjasama dengan (orang) yang lain. Semisal

warga sebagai penulis suatu artikel surat kabar dari media tendensi dan menunjuk penyimpangan atau kesalahan berdasar fakta yang terjadi.³⁵

Menguatnya posisi radio sebagai perwujudan *civic journalism* di Indonesia lebih kepada adanya simbiosis mutualisme. Seorang warga dengan suka rela menjadi pewarta karena merasa terbantu dengan adanya jaringan informasi lalu lintas seperti di radio. Bayangkan saja dengan kemacetan yang terjadi di dalam tol dalam kota bila ada kecelakaan di dalamnya, salah pilih jalan membuat kita bisa terjebak berjam-jam tak bergerak. Mungkin di luar itu ada juga keinginan menjadi pahlawan, membantu orang lain agar tidak terjebak macet, tetapi kecenderungan terbesar adalah adanya faktor saling membantu tersebut. Jam-jam macet yang menyiksa, sambil menunggu informasi terkini dari berita lalu lintas membuat mereka terpaku pada satu saluran informasi, dan ikut berpartisipasi dalam acara-acara lain yang diudarkan radio tersebut.³⁶

Di dalam thesisnya Iwan berdasarkan pendapat Steve Outing memilah jurnalistik warga ke dalam 11 kategori:

- a. Membuka ruang untuk komentar publik, dimana pembaca bisa bereaksi, memuji, mengkritik, atau menambahkan bahan tulisan jurnalis profesional. Ini mungkin yang kita kenal sebagai ruang “surat pembaca” di media konvensional.

³⁵ http://ekawenats.blogspot.com/2007_01_01_archive.html
 digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

³⁶ <http://www.wikimu.com/News/DisplayNews.aspx?id=2015> diakses 5 Desember 2007

- b. Menambahkan pendapat masyarakat sebagai bagian dari artikel yang ditulis jurnalis profesional. Biasanya ada kontribusi pendapat dari luar jurnalis, dimana foto kontributor akan ikut diterbitkan. Ini juga yang biasa kita jumpai di majalah-majalah umumnya.
 - c. Kolaborasi antara jurnalis profesional dengan non jurnalis yang memiliki kemampuan dalam materi/ bidang yang akan dibahas dalam artikel tersebut, sebagai bantuan dalam mengarahkan atau memeriksa keakuratan artikel. Terkadang profesional non jurnalis ini bisa juga menjadi kontributor tunggal yang menghasilkan artikel tersebut. Ini juga bisa kita temui di media konvensional.
 - d. *Bloghouse*, sebuah website yang mengundang pembaca untuk ikut membaca.
 - e. *Newsroom citizen 'transparency' blogs*, merupakan blog yang disediakan untuk upaya transparansi organisasi sebuah media, dimana pembaca bisa memasukkan keluhan, kritikan, atau pujian atas pekerjaan media tsb.
 - f. *Stand-alone civic journalism site*: melalui proses *editing*.
 - g. *Stand-alone civic journalism site*: tanpa proses *editing*.
 - h. *Stand-alone citizen-journalism website* dengan tambahan edisi cetak.
 - i. *Hybrid: Pro + Civic journalism*. Suatu kerja organisasi media yang menggabungkan pekerjaan jurnalis profesional dengan jurnalis warga.
- Elshinta dan Ohmy News dimasukkan ke dalam kategori ini oleh Iwan.

News, ada peran para editor dalam menilai dan memilih berita yang akan diangkat ke halaman utama. Kontribusi berita tidak otomatis diterima sebagai sebuah berita, dan berita yang masuk masih tersaring lagi sebagai berita yang menjadi topik utama (berhak muncul di halaman pertama) atau bukan.

- j. Penggabungan antara jurnalis profesional dan jurnalis warga dalam satu atap, dimana website membeli tulisan dari jurnalis profesional dan menerima tulisan jurnalis warga.
- k. Model wiki, dimana pembaca adalah juga editor. Setiap orang bisa menulis artikel, dan setiap orang bisa memberi tambahan atau komentar terhadap artikel yang terbit.

3. *Civic Journalism* Syarat Akan Demokrasi

Shayne Bowman dan Chris Willis dalam laporannya *We Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information* mengatakan, partisipasi warga dalam menulis dan menyiarkan informasi independen, akurat, tersebar luas, dan relevan adalah syarat-syarat bagi demokrasi. Citizen journalism adalah media untuk memberdayakan kelompok kecil warga yang terpinggirkan dari kelompok masyarakat lainnya.³⁷

Warga yang sekaligus reporter, misalnya, akan efektif menyiarkan berita yang tidak tergarap media massa konvensional, seperti radio/televisi

³⁷ <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0605/15/teropong/2652478.htm>, diakses 05 Desember 2007 digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

lokal, tentang isu yang "tidak seksi", seperti rendahnya pendapatan wanita pekerja, kelompok minoritas, bahkan kelompok anak muda. Karena tidak memiliki akses terhadap media inilah, warga lebih bersandar pada informasi yang diperlukan kelompoknya.

Namun, jangan lupa, tanpa pelatihan jurnalistik pun orang yang berdiri di pinggir jalan dengan handycam, telepon berkamera, atau kamera digital di tangan dapat merekam dan menyiarkan peristiwa yang dialami atau dilihatnya lewat blog. Dalam kasus bom London, terbukti reporter media massa profesional kalah cepat dibandingkan dengan warga biasa.

Sebagai akibat lompatan teknologi komunikasi dan telekomunikasi, juga lanjutan dari proses demokratisasi masyarakat pascareformasi 1998, radio akhirnya mengembangkan format baru komunikasi siaran yang disebut sebagai siaran interaktif. Format ini juga terbentuk akibat kesadaran demokratisasi melalui pola komunikasi yang dialogis dan transparan, sekaligus mematahkan pola komunikasi radio yang cenderung searah dan monolog. Pendekatan interaktif secara otomatis memberi peluang terjadinya partisipasi khalayak untuk mencari dan memberi informasi. Kesetaraan membangun dialog pun terciptakan.³⁸

D. Teori Yang Berkaitan Dengan *Civic Journalism*

Teori Agenda Setting

Menurut teori agenda setting dimulai dengan asumsi bahwa media massa menyaring berita, artikel, atau tulisan yang akan disiarkannya. secara

³⁸ Errol Jonathans, *Radio dan Pemilu 2004* (Jakarta: Friedrich-Naumann-Stiftung, 2004), hal. 80

selektif *gatekeeper* seperti penyunting, redaksi, bahkan wartawan sendiri menentukan mana yang pantas diberitakan dan mana yang akan disembunyikan. Setiap isu diberi bobot tertentu dengan panjang penyajian (ruang pada surat kabar, waktu pada televisi dan radio) dan cara penonjolan (ukuran judul, letak pada surat kabar, frekuensi si pemuat, posisi dalam surat kabar).³⁹

Seorang mendadak menjadi terkemuka setelah media massa mengungkapkannya berkali-kali, begitu pula peristiwa yang seharusnya menjadi penting namun media tidak memperdulikan maka peristiwa tersebut juga akan berlalu.

Kaitan teori agenda setting ini dengan fokus penelitian adalah civic journalism adalah proses penyampaian berita, informasi, hingga kritik dan saran. Media mempunyai peran besar dalam membentuk agenda publik didalam penyampaiannya itu.

Sebagian peneliti melangkah melampaui penelitian pembentukan agenda oleh pers untuk mempertimbangkan bagaimana gagasan-gagasan penentuan agenda mungkin diterapkan dalam cara-cara untuk membuat masyarakat bertindak dengan lebih baik. Gurevitch dan Blumler (1990) menyatakan bahwa demokrasi menuntut media massa terlibat dalam penentuan agenda yang bermakna, dengan mengidentifikasi isu-isu kunci sekarang ini, termasuk kekuatan yang membentuk dan mungkin menjelaskan

isu-isu. Culter, Stamm, dan Heintz Knowles menyatakan

Peneliti Gladys Engel Lang dan Kurt Lang meneliti hubungan antara pers dan opini publik selama krisis Watergate dan menemukan bahwa gagasan asli penentuan agenda perlu untuk diperluas untuk menjelaskan babak yang remit dalam sejarah Amerika. Mereka menganjurkan agar konsep penentuan agenda diperluas menjadi konsep pembentukan agenda (*agenda building*)

Pembentukan Agenda (*agenda building*)

proses kolektif di mana, media, pemerintah, dan publik saling memengaruhi satu sama lain dalam menemukan isu-isu apa yang dianggap penting. Mereka merinci proses tersebut ke dalam enam langkah:⁴⁰

- a. Pers menyoroti beberapa kejadian atau aktivitas dan membuat kejadian atau aktivitas tersebut menjadi menonjol.
- b. Jenis-jenis isu yang berbeda membutuhkan jumlah dan jenis liputan berita yang berbeda untuk mendapatkan perhatian. *Watergate* adalah isu ambang batas tinggi (*hight-tres hold*) (atau tidak menonjol), dan, oleh karena itu, dia memerlukan liputan yang komprehensif untuk mendapatkan perhatian publik.
- c. Peristiwa-peristiwa dan aktivitas dalam fokus perhatian harus "dibingkai", atau diberi bidang makna di mana di dalamnya peristiwa dan aktivitas tersebut dapat dipahami. *Watergate* semula dibingkai sebagai isu partisan dalam kampanye pemilihan, dan hal ini membuatnya sulit untuk dilihat

⁴⁰ Werner J. Severin – James W. Tankard, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Prenada Media, 2005) hal. 274

dalam kerangka yang berbeda, yaitu sebagai sebuah gejala korupsi politik yang tersebar luas.

- d. Bahasa yang digunakan media dapat memengaruhi persepsi akan pentingnya sebuah isu. Referensi awal pendobrakan Watergate sebagai sebuah "kelakar", yang terus ada selama berbulan-bulan, cenderung merendharkannya. Referensi berikutnya yang mengganti referensi sebelumnya dengan istilah *skandal* meningkatkan nilai penting isu tersebut.
- e. Media menghubungkan aktivitas atau kejadian yang telah menjadi fokus perhatian dengan simbol-simbol sekunder yang lokasinya pada lanskap politik mudah diketahui. Orang memerlukan dasar untuk berpihak pada sebuah isu. Dalam kasus Watergate, mereka dibantu untuk melakukan keberpihakan ketika isu ini dihubungkan dengan simbol-simbol sekunder seperti "keharusan menyampaikan fakta" dan "kepercayaan pada pemerintah".
- f. Pembentukan agenda dipercepat ketika individu-individu yang terkenal dan dapat dipercaya mulai berbicara tentang sebuah isu. Misalnya, ketika Hakim John Sirica berkata bahwa ada kebenaran yang disembunyikan kepada publik dalam kasus Watergate, pernyataan ini mempunyai dampak yang dramatis pada publik dan juga pada orang-orang ternama lainnya, termasuk beberapa orang dari partai Republik, yang kemudian lebih bersedia untuk membuka mulut.

Konsep Lang mengenai pembentukan agenda lebih rumit dari pada

hipotesis penentuan agenda yang asli. Penelitian itu menyatakan bahwa proses penempatan isu pada agenda publik memakan waktu dan melalui beberapa tahap. Penelitian ini juga menyatakan bahwa cara media membingkai sebuah isu dan kata-kata sandi yang mereka gunakan untuk menggambarkannya dapat mempunyai dampak bahwa peran individu-individu terkenal yang berkomentar pada isu tersebut dapat menjadi sesuatu yang penting.

E. Hasil Penelitian dahulu yang relevan

Sebagaimana telah disebutkan diawal pembahasan, bahwa penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pelaksanaan *civic journalism* di radio pada program acara kelana Kota radio suara Surabaya.

Penelitian tentang radio juga pernah dilakukan oleh Ratih Putri, mahasiswa UNS Semarang dengan judul Radio dan Demokratisasi Studi Pada Radio Suara Surabaya pada tahun 2006.

Dalam penelitian terdahulu disebutkan bahwa radio Suara Surabaya dalam siarannya menerapkan demokratisasi hal ini sesuai dengan visi SS sendiri yakni radio dipandang sebagai pemberdayaan dan kegiatan demokratisasi masyarakat, melalui usaha kegiatan media massa yang mengikuti perkembangan teknologi komunikasi dan telekomunikasi.

Dalam penelitian terdahulu disebutkan SS mempunyai peran dalam sisi demokratisasi melalui usaha pemberitaannya yang mengusung konsep jurnalisme interaktif. Melalui jurnalisme interaktif warga diajak untuk berpartisipasi dalam pemberitaan, informasi, kritik dan saran, namun harus

berujung pada solusi karena filosofi SS sendiri *news-interaktif-solutif* sehingga apapun informasi, kritik harus berujung pada pemberian solusi.

Tentunya ada perbedaan antara penelitian dulu dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini, selain mengungkapkan pandangan radio SS terhadap *civic journalism* pada program siarannya, penelitian ini juga membahas tentang strategi yang dijalankannya.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologis. Jenis penelitian deskriptif kualitatif dinilai sangat tepat dalam penelitian *civic journalism* ini, dimana diharapkan mampu memperoleh uraian mendalam tentang ucapan, tulisan dan tingkah laku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, organisasi tertentu dalam suatu konteks *setting* tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif dan *holistic*.¹

Jenis penelitian kualitatif dipilih karena peneliti memiliki tujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian dan kemudian ditarik suatu kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan-kenyataan tersebut.

Dipilihnya pendekatan fenomenologi dalam penelitian ini atas dasar realitas sosial yang ada di sekitar aktifitas kerja penyampaian berita di radio membutuhkan pengamatan secara langsung serta peran aktif, atau keterlibatan aktif oleh peneliti.²

¹ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2003), hal. 203

² Imam Suprayogo & Tabrani, *Metodologi Penelitian Sosial Agama* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), hal. 106

Pendekatan ini dirasa sesuai karena dalam pandangannya, penelitian dituntut untuk melakukan proses pendekatan yang holistik, menundukkan obyek penelitian dalam suatu konstruksi ganda, melihat obyeknya dalam satu konteks natural, bukan parsial.³

B. Lokasi Penelitian

Penelitian tentang *Civic journalism* di Radio mengambil tempat di Radio Suara Surabaya FM 100 yang berlokasi di Jl Wonokitri Besar No 40 C Surabaya. Sasaran penelitian difokuskan pada program acara Kelana Kota Radio Suara Surabaya.

C. Jenis dan Sumber Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer, yaitu sumber data utama yang diperoleh langsung dari obyek penelitian, berupa hasil wawancara dari *informan* yang memegang kunci utama sumber data dalam penelitian ini, karena *informan* merupakan orang yang benar-benar tahu dan terlibat dalam kegiatan yang ada di perusahaan tersebut.⁴

Dalam penelitian ini sumber datanya adalah sebagai berikut :

NO	NAMA	JABATAN
1	Errol Jonathans	<i>Oprational Director</i>
2	Yoyong Burhanuddin	<i>On Air Manager</i>
3	Eka Maria	<i>Gate Keeper & anouncing</i>

³ Neong Muhajir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta, Rake Sarasin 2002) hal.18

⁴ Rosady Ruslan, *Op.cit*, hal. 29

Alasan peneliti mengambil *informan* tersebut diatas dikarenakan *informan* mengetahui penuh program-program yang diinginkan oleh peneliti, juga posisi *informan* tersebut berpengaruh dalam kegiatan *Civic journalism* di Radio. Secara spesifik alasan pemilihan tersebut antara lain;

- a. Errol Jonathans jabatannya sebagai *Operational Director* radio Suara Surabaya berfungsi sebagai sumber kunci dimana segala kegiatan operasional yang ada di radio Suara Surabaya sebagai tanggung jawabnya, sehingga tepat kalau peneliti mengambil *informan* sebagai sumber penelitian.
- b. Yoyong Burhanuddin, jabatannya sebagai *On Air Manager* tentunya ia mengetahui keseharian dalam menangani segala bentuk siaran di radio Suara Surabaya dan mengetahui format dan strategi radio Suara Surabaya, terlebih pengalamannya sebagai penyiar radio hingga sekarang, sehingga tepat kalau peneliti memilihnya sebagai *informan*.
- c. Eka Maria pasisinya sebagai *Gate Keeper* dan *anouncing* yang mana dapat menceritakan pengalaman keseharian dalam menghadapi laporan masyarakat secara langsung.

2. Data Sekunder, yaitu sumber data tambahan yang berfungsi sebagai pelengkap atau pendukung data utama. Data diperoleh melalui:

- a. Catatan lapangan, yakni catatan tertulis apa yang didengar, dilihat, dialami dan dipikirkan dalam rangka pengumpulan data dan refleksi terhadap data dalam penelitian kualitatif. Catatan ini diperoleh dari hasil pengamatan, proses kegiatan operasional program acara Kelana

kota, yang berupa situasi proses dan perilaku terutama yang berkaitan dengan aktifitas *civic journalism* di Radio.

- b. Dokumenter, yaitu dokumen-dokumen yang diperoleh dari lapangan, berupa buku, arsip, majalah bahkan dokumen perusahaan atau dokumen resmi yang berhubungan dengan pelaksanaan *civic journalism*.

D. Tahap-tahap Penelitian

Untuk melakukan sebuah penelitian kualitatif, perlu mengetahui tahap-tahap yang akan dilalui dalam proses penelitian. Tahapan ini disusun secara sistematis agar diperoleh data secara sistematis pula. Ada empat tahap yang dikerjakan dalam penelitian ini, yaitu :⁵

1. Tahap Pra Lapangan

Pada tahap ini peneliti memulai dengan menyusun rencana penelitian dan menentukan sasaran yang menarik untuk dijadikan fokus penelitian. Kemudian dilanjutkan dengan pemilihan obyek atau lokasi penelitian yang sesuai dengan judul penelitian. Selanjutnya mengurus perijinan, menjajaki dan menilai keadaan lapangan sehingga peneliti dapat menentukan responden (*informan*) yang sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan dalam penelitian.

2. Tahap Pekerjaan Lapangan

Setelah peneliti menyusun rencana penelitian dan menentukan lokasi dan respondennya, maka tahap berikutnya adalah tahap *hunting*

⁵ Lexy J. Moleong, *Op.cit.*, hal.127

dilapangan. Dalam tahapan ini peneliti berusaha keras untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penyusunan penelitian ini, peneliti berperan aktif dalam mengamati proses kegiatan pelaporan warga yang dilakukan oleh *gatekeeper* radio Suara Surabaya, dengan tujuan melakukan pendekatan personal sehingga memudahkan dalam perolehan data yang sesuai atau yang dibutuhkan.

3. Tahap Analisis Data

Analisis data merupakan tahapan yang dilakukan setelah data terkumpul yang telah didapatnya dari lapangan, untuk kemudian diolah kembali. Dalam hal ini dimulai dengan mengatur urutan data, mengklasifikasinya kedalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar.

Maka dalam tahap ini, data yang diperoleh dari berbagai sumber, *informan* dari Suara Surabaya dikumpulkan, dan kemudian dilakukan transkrip, yakni pemindahan dari bahasa tutur kedalam tulisan. Kemudian diklasifikasikan dan dianalisa sesuai dengan metode analisis data yang telah ditentukan yakni analisis model alir.

4. Tahap Penulisan Laporan

Penulisan laporan merupakan tahap akhir dalam penelitian ini. Dalam tahapan ini peneliti melakukan penulisan laporan setelah data-data terkumpul dan juga telah dianalisis. Setelah itu peneliti menyusun atau menyajikan kembali data-data hasil analisis dengan baik, dan tentunya disesuaikan dengan prosedur yang telah ditentukan dalam penulisan laporan penelitian, untuk kemudian dicetak dan layak untuk dibaca.

E. Teknik Pengumpulan Data

Agar diperoleh data yang valid dan bisa dipertanggungjawabkan, maka data diperoleh melalui :

1. Observasi

Observasi yakni suatu teknik pengamatan data dengan cara pengamatan dari obyek penelitian secara sistematis sesuai dengan tujuan penelitian.⁶ Pada fase ini peneliti melakukan pengamatan tentang bagaimana proses berlangsungnya *Civic journalism* di radio. Dalam hal ini peneliti mengamati bagaimana sikap Radio Suara Surabaya dalam menjalankan kewajibannya, terutama yang terkait dengan kegiatan *Civic journalism*.

2. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan.⁷ Dalam melakukan wawancara, peneliti memilih beberapa orang dari radio Suara Surabaya yang dipikir sudah memenuhi kriteria dan mempunyai kapasitas dalam menjawab permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Wawancara tidak dilakukan secara bersamaan dengan semua *informan* radio Suara Surabaya, namun wawancara ini dilakukan secara bertahap.

Dalam melakukan wawancara dengan *informan* peneliti membuat janji terlebih dahulu, ini dikarenakan kesibukan dari *informan*. Namun

⁶ Rosady Ruslan, *Op cit.*, hal. 33

⁷ Dedy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), hal. 180

peneliti dengan sabar menunggu waktu luang yang disediakan *informan* dalam melakukan wawancara. Sehingga hal ini menjadi satu diantara kendala yang harus dihadapi dalam penelitian ini.

Dalam melakukan wawancara, peneliti menggunakan alat perekam dan menyusun draf pertanyaan terlebih dahulu, ini dilakukan semata-mata untuk memudahkan peneliti dalam menggali data dari *informan*. Namun draf pertanyaan yang telah disusun tersebut dalam prakteknya terus berkembang, sehingga pertanyaan tidak 100% mengikuti draf yang terlebih dahulu dibuat, dalam menggali pertanyaan yang difokuskan pada gambaran pandangan, program maupun strategi *Civic journalism* di radio Suara Surabaya.

3. Dokumen

Dokumen yaitu proses melihat kembali sumber-sumber data dari dokumen yang ada dan dapat digunakan untuk memperluas data-data yang telah ditemukan. Adapun sumber data dokumen diambil data media Suara Surabaya berupa data-data susunana organisasi, bagan organisasi, data media, profil media, profil program acara,

Selain data yang diperoleh dari data media Suara Surabaya, dokumen juga didapatkan dari majalah dan internet. Majalah yang didapatkan peneliti adalah majalah mozzaik edisi Juni 2003 *Kelana Kota Dua Dasawarsa yang Melegenda*, dimajalah tersebut peneliti mengambil gambaran program Kelana Kota yang ada di Suara Surabaya, yang telah dijelaskan pada majalah tersebut.

Sedangkan di internet, melalui <http://www.kampungmedia.com>, visi dan misi radio Suara Surabaya dijelaskan secara jelas, sehingga data dari internet dijadikan peneliti sebagai pelengkap dari data sebelumnya.

F. Teknik Analisis Data

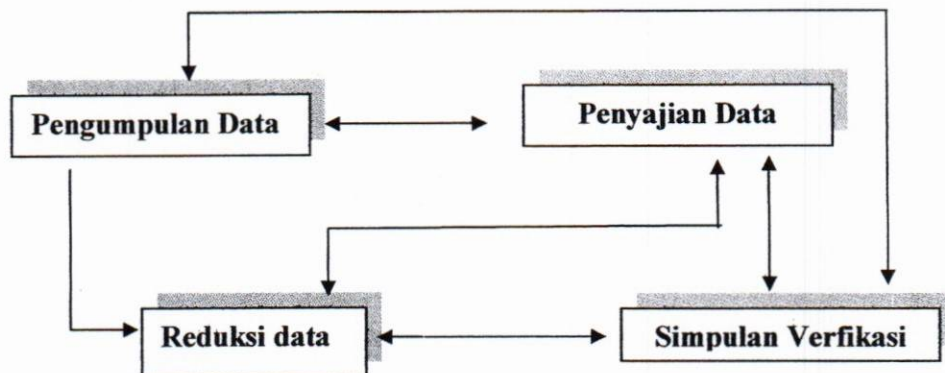
Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola kategori dan satuan uraian dasar, sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif terdiri dari tiga alur kegiatan yaitu reduksi, penyajian data, menarik kesimpulan dan verifikasi.

Analisis data yang dilakukan dalam studi ini berlangsung bersamaan dengan proses pengumpulan data, atau melalui tahapan-tahapan model alir dari Miles dan Huberman.⁸ Yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan verifikasi data yang berjalan secara simultan.

Proses analisis melalui *Model Alir* tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :

⁸ Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *analisis data kualitatif*, Terj. Tjejep Rohendi Rohidi (Jakarta : UI Press, 1992) hal.18.

SKEMA.1
PROSES ANALISIS DATA



Dengan mengacu pada skema tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Tahap Reduksi

Tahap reduksi data diartikan sebagai proses pemilahan, pemusatan, perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.

Pada tahap reduksi data peneliti memusatkan pada data lapangan yang telah terkumpul. Data lapangan yang terkumpul diantaranya data dari wawancara dengan *informan* ditranskrip kedalam bahasa tulis, untuk selanjutnya dipilih, dalam arti menentukan mana yang sesuai dengan permasalahan penelitian, serta memilih, mengklarifikasi data- data yang lainnya yang didapat dari lapangan untuk selanjutnya diabstraksikan secara sederhana.

2. Tahap Penyajian Data

Penyajian data diartikan sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian yang paling sering digunakan pada data kualitatif adalah bentuk teks naratif.

Pada tahap penyajian data peneliti menyederhanakan informasi yang kompleks ke dalam kesatuan bentuk yang disederhanakan dan selektif, berbentuk naratif, kemudian diskemakan secara sederhana pula.

3. Tahap Menarik Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Dimana kesimpulan-kesimpulan tersebut akan diverifikasikan selama penelitian berlangsung.

Jadi dalam teknik ini peneliti berusaha untuk mendapatkan data yang layak dan relevan mengenai pandangan Radio Suara Surabaya terhadap konsep *Civic journalism* di Radio serta kiat dan strategi Radio Suara Surabaya dalam mengemas dan menjalankan program *Civic journalism* pada program acara Kelana Kota.

G. Teknik Keabsahan Data

Untuk memperoleh tingkat keabsahan data, teknik yang digunakan antara lain :⁹

⁹ Lexy J. Moleong, *Op.cit.*, hal 135

1. Ketekunan pengamatan, yakni kegiatan yang dilakukan peneliti dalam melakukan pengamatan proses pelaksanaan kegiatan *civic journalism* didalam radio Suara Surabaya. Dalam teknik ini peneliti berupaya mencermati setiap proses kegiatan *gatekeeper* dalam melakukan kegiatannya dalam menerima laporan warga melalui pesawat telepon dan mengkonfirmasi dengan pihak-pihak terkait, dimana tujuannya untuk mengkonfirmasi atau cek ulang dari laporan warga tersebut pada pihak terkait.
2. Triangulasi data, yakni teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data yang terkumpul untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data-data tersebut. Dalam tahap ini peneliti membandingkan jawaban dari masing-masing informan dan data-data yang ada dilapangan. Ini bertujuan untuk diperoleh data yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan.
3. Diskusi teman sejawat, yakni diskusi yang dilakukan dengan rekan yang mampu memberikan masukan ataupun sanggahan sehingga memberikan kemantapan terhadap hasil penelitian. Dalam hal ini peneliti menjelaskan apa yang ada, terkadang teman-teman memberikan saran, kritik, dan masukan yang lain sehingga secara langsung memberikan motivasi penulis untuk memperbaiki. Dengan diskusi teman sejawat dapat juga memberikan suatu kesempatan untuk menjajaki dan menguji hipotesis yang muncul dari pemikiran peneliti.

BAB IV

PENYAJIAN DATA

A. Deskripsi Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya

Radio Suara Surabaya pada awalnya mengambil frekuensi FM 100,55 MHz, namun sekarang berada di FM 100 mengudara untuk pertama kalinya bersamaan dengan momentum Gerhana Matahari Total pada tanggal 11 Juni 1983 yang bertempat di kawasan berbukit, jalan Wonokitri Besar 40. Radio Suara Surabaya, merupakan radio pertama di Indonesia yang sejak awal kelahirannya secara sadar menerapkan format *Radio News* atau Informasi dan bermotto FM *NEWS* dan *MUSIK HIT*.

Dalam pemberitaan Radio Suara Surabaya secara sadar mengusung format *news* pada awal berdirinya, hal ini didasari pemikiran pendirinya yakni Soetoyo Sukomiharjo yang juga *President Director* Suara Surabaya menurutnya radio adalah media massa, dia harus mempunyai tiga fungsi atau trilogi fungsi. Diantaranya harus ada unsur informasi, edukasi, dan unsur *entertainment*, dan ketiga unsur tersebut harus berjalan semua sehingga format Suara Surabaya pada waktu itu mengambil ke jurnalistik.³⁹

Menyadari konsekuensi dari penerapan format *Radio News* atau Informasi dari awal kelahirannya, Radio Suara Surabaya lalu membentuk tim redaksi pada tahun 1983, kemudian mengembangkan tim reporter pada

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

³⁹ Wawancara dengan Errol Jonathans, Tanggal 18 Desember 2007 di Radio Suara Surabaya

tahun 1987, dan pada tahun 1994 dikembangkan Konsep Interaktif maka muncul Tim Redaksi Interaktif atau Gate Keeper dengan motto NEWS - INTERAKTIF - SOLUTIF.

Tahun 2000 Suara Surabaya mengembangkan diri memasuki era Cyberspace : suarasurabaya.net. Akhir 2002, meluncurkan majalah bulanan *mossaik*, tentang informasi dan gaya hidup. Pertengahan 2003 GIGA|FM 99.85 menjadi bagian dari SUARA SURABAYA|MEDIA

Tepat pada tanggal 3 Mei 2004 pukul 00.00 WIB, Radio Suara Surabaya FM 100.55 Mhz berpindah kanal frekuensi menjadi Radio Suara Surabaya FM 100 Mhz. Giga FM 99.85 Mhz juga turut berpindah kanal frekuensi baru yaitu Giga FM 99.6 Mhz.

2. Visi dan Misi Radio Suara Surabaya

Visi

SUARA SURABAYA adalah sumber pemberdayaan dan kegiatan demokratisasi masyarakat, melalui usaha kegiatan media massa yang mengikuti perkembangan teknologi komunikasi dan telekomunikasi.

Misi

1) SUARA SURABAYA, perusahaan media massa yang dituntut berkembang dengan mengandalkan kemajuan teknologi komunikasi dan telekomunikasi.

2) SUARA SURABAYA, sentra informasi tentang Surabaya dan Jawa Timur.

- 3) SUARA SURABAYA menyelenggarakan berbagai kegiatan pemberdayaan proses demokratisasi masyarakat.
- 4) SUARA SURABAYA, sumber kehidupan dan kesejahteraan seluruh unsur karyawan yang bekerja untuk kemajuan bersama.

3. Susunan Organisasi Radio Sura Surabaya

Direksi	:1. Errol Jonathan (Operational Director) 2. Wahyu Widodo (Adm & Marketing Director)
On Air Manager	: Yoyong Burhanudin
➤ Music Programmer	: Aris Widodo
➤ Gate Keeper Supervisor	: 1. Sih Wismanti 2. Emma Rahmawati 3. Isa Ansori 4. Agung Kurniawan
➤ Announcer	: 1. Yoyong Burhanudin 2. Imam Dwi Hartanto 3. Restu Indah 4. Mustika Muhammad

5. Yusuf Kiki Aditya

6. Yusnan Haliem

7. Diah Ardiani

8. Aris Widodojoko

9. Romi Sujatmiko

10. Sih Wismanti

12. Rahmawati

13. Isa Ansori

14. Agung Kurniawan

15. Emma Rachmawati

16. Eka Maria

17. Laga Rahman

News Manager

: Iman Dwi Hartanto

➤ Newswriter

: 1. Andris

2. Indah Kristiana

3. Budi Laksono

➤ Reporter

: 1. Jose

2. Fais

3. Marta

4. Ruli

5. Teguh

Engineering Manager : Bagus

➤ General Technician : Nono

➤ MIS Supervisor : Arif

➤ Programmer : Dodi

➤ Database Administration : Wuri

Marketing Manager : Birom Gozali

➤ Account Executive : 1. Riky Antonio
2. Iwan Adinugroho

Finance & Account Manager : Romi Febriansyah

➤ Staf-staf : 1. Punjung

2. Heli

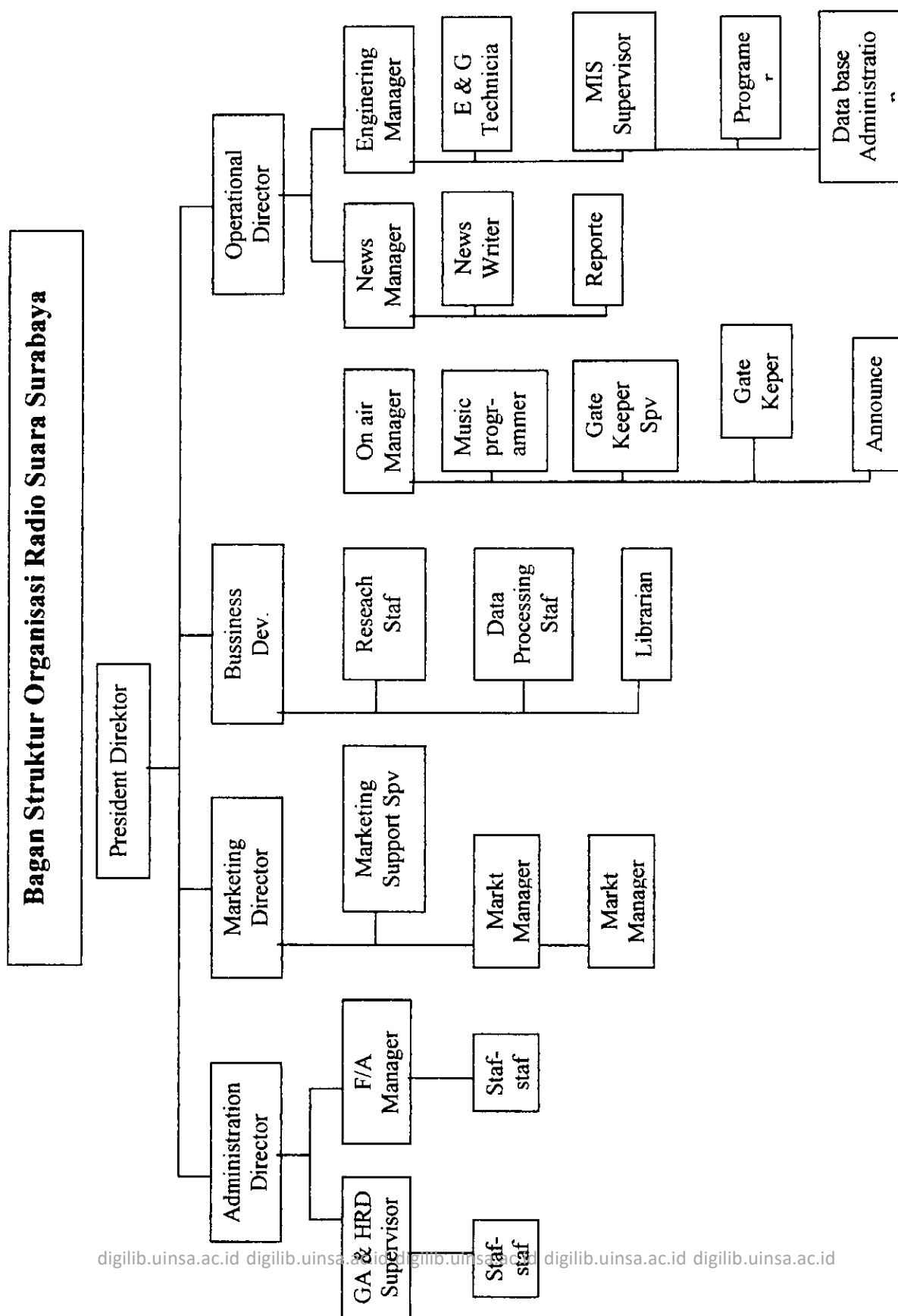
3. Lia

Bussines & Development Manager : Heru Soleh

➤ Reseach Staf : Rudi Hartono

➤ Librarian : Diah Novrianti Ch

Guards Supervisor : Dodi Setiawan



5. Data Media

Nama Stasiun	: PT Radio Fiskaria. Jaya Suara Surabaya (Suara Surabaya Media)
Frekuensi	: FM 100 MHz
Siaran Perdana	: 11 Juni 1983
Slogan Radio	: News-Interaktif-Solutif
Sebutan Pendengar	: Kawan
Format Musik	: <i>Adult Contemporary</i> <i>Jazz</i> <i>Oldies</i> (tahun 70-an) <i>Classic Rock</i> (tahun 80-an)
Jam Siaran/Hari	: 24 jam non-stop
Jangkauan Siaran	: Gerbang Kartasusila (Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, Lamongan)
Alamat Studio	: JL Wonokitri Besar 40 C, Surabaya 60256
Telepon/Pemasaran	: (031) 568 3040 (hunting)
Facsimile	: (031) 568 3733
Home page	: http://www.suarasurabaya.net
Telepon Studio	: (031) 568 3040 (hunting)
Interaktif	: (031) 560 0000 (hunting)

Emergency Line : (031) 560 0100

Radio Online : <http://suara.surabaya.indo.net.id/ssfm.ram>

6. Profil Pendengar Radio Suara Surabaya FM

Sex	- Pria	: 62,1%
	- Wanita	: 37,9%
Usia	- 20 s/d 24 tahun	: 4,1%
	- 25 s/d 29 tahun	: 4,7%
	- 30 s/d 34 tahun	: 14,4%
	- 35 s/d 39 tahun	: 20,9%
	- 40 s/d 44 tahun	: 17,5%
	- 45 s/d 49 tahun	: 21,9%
	- 50 tahun keatas	: 16,6%
Pendidikan	- SD	: 0,8 %
	- SLTP	: 3,8 %
	- SLTA	: 30,9 %
	- Diploma / Akademisi	: 50,3 %
	- Pasca Sarjana	: 14,4 %

SES : a. Kurang dari Rp 500.000 : 4,1%

b. Rp 500.000 – Rp 750.000	: 6,2%
c. Rp 750.000 – Rp 1.000.000	: 10,3%
d. Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	: 34,5%
e. Rp 2.000.000 – Rp 5.000.000	: 36,6%
f. Diatas Rp 5.000.000	: 17,5%
Pekerjaan : a. Profesional	: 7,2%
b. Wiraswasta	: 38,8%
c. PNS	: 17,5%
d. Karyawan Swasta	: 30,3%
e. Ibu Rumah Tangga dan Pension	: 5%
f. Mahasiswa dan Pelajar	: 1,3%
Media Habit : a. Radio	: 100%
b. TV	: 98,05%
c. Koran	: 95,45%
d. Tabloid	: 31,17%
e. Majalah	: 29,87%
f. Internet	: 10,39% ⁴⁰

7. Tarif Iklan

a. Prime Time (06.00-08.59 dan 16.00-18.59)

- Spot, 30 detik Rp 420.000,
- Spot. 60 detik Rp 560.000,-
- Adlibs Rp 600.000,-

b. Kelana Kota (09.00-15.59, 19.00-22.59)

- Spot 30 detik Rp 400.000,
- Spot 60 detik Rp 510.000,-
- Adlibs Rp 550.000,-

c. Reguler Malam (23.00-05.59)

- Spot 30 detik Rp 310.000,-
- Spot 60 detik Rp 420.000,-
- Adlibs Rp 450.000,-

d. Talk Show dan Reportase

- Talk Show 60 menit Rp 7.000.000,-
- Reportase (durasi max 5 menit) Rp 2000.000,-

Harga per slot iklan di SS, menurut juri pada saat Cakram Award 2005 lalu adalah paling tinggi dibandingkan radio lain. Data SS mencatat, total pengiklan di tahun 2003 sekitar 256, terdiri dari klien lokal 155 dan 101 agensi. Sedangkan jumlah pengiklan di tahun 2004 sebanyak 244, diantaranya 158 klien lokal dan 86 agensi.

Omzet iklan dari tahun 2003 ke 2004 mengalami peningkatan sebesar 8 persen.

Dari hasil riset kualitatif dengan pendekatan *Focus Group Discussion* yang diadakan oleh *survey* internal SS dapat diketahui bahwa karakteristik utama pendengar SS adalah laki-laki berusia 30-50 tahun, berpendidikan SI-S2, kelas menengah atas, dewasa, matang, mapan, professional, *charming*, pintar, kritis, intelek, sangat peduli lingkungan, peduli rakyat, rela mengurus orang lain, bisa bersikap netral/tidak memihak.

8. Program Siaran Radio Suara Surabaya FM⁴¹

a. Acara Rutin

Kelana Kota : 24 jam

Lintasan Informasi : 01.00 - 03.00 - 04.00 - 10.00 -
11.00

12.00 - 14.00 - 15.00 - 17.00 - 19.00

20.00 - 22.00 - 23.00

Sari Info : 11.30 - 15.30 - 21.00

Lintasan Olahraga : 10.30 - 12.30 - 14.30 - 16.00 - 18.00

Berita Suara Surabaya : 06.00 - 13.00 - 24.00

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

⁴¹ Sumber Data Media Suara Surabaya

Suara Surabaya Magazine : 18.30

Lintasan Informasi : 01.00 - 03.00 - 04.00

10.00 - 11.00

12.00 - 14.00 - 15.00 - 17.00 - 19.00

20.00 - 22.00 - 23.00

Sari Info : 11.30 - 15.30 - 21.00

Lintasan Olahraga : 10.30 - 12.30 - 14.30 - 16.00 - 18.00

Berita Suara Surabaya : 06.00 - 13.00 - 24.00

Suara Surabaya Magazine : 18.30

b. Acara Khusus

Minggu : 15.30-15.40 : Sari Info Sepekan

19.00-22.00 : Memorabilia

Senin : 10.00-11.00 : Halo Polisi

12.00-13.00 : Perilaku Sehat

22.00-23.00 : Diagnosa

Selasa : 07.00-08.00 : Suara OTODA

16.00-17.00 : Lembaga Konsumen Media

Rabu : 17.00-18.00 : Bincang Otomotif

Jum'at	: 09.30-10.30	: Nara Qualita Aksana
	19.00-22.00	: Memorabilia
Sabtu	: 08.00-09.00	: Dialog BisnisAMA
	10.00-11.00	: Ragam Perempuan
Senin-Kamis: 19.00-21.00 : Jazz Traffic		

9. Deskripsi Program Siaran

a. Kelana Kota

Kelana kota adalah siaran dalam bentuk open format artinya tidak ada sekat khusus yang membatasi masuknya segala kemungkinan materi siaran. Dalam kelana kota ada kamar-kamar khusus yang dipakai program siaran tertentu.

b. Lintasan Informasi

Adalah produk pemberitaan yang merupakan rangkuman kejadian menarik yang dihimpun oleh *gatekeeper* yang disarikan dari proses siaran. Sumber informasi bisa berasal dari interaktif pendengar atau pendalaman yang dilakukan oleh *gatekeeper*.

c. Sari Info

Adalah produk pemberitaan yang diproduksi oleh tim *news writer* yang berisi kondisi aktual di Surabaya dan Jawa Timur

d. Berita Suara Surabaya

Adalah produk pemberitaan yang diproduksi oleh tim *news*

writer dan pantauan tentang kondisi aktual lokal, nasional dan internasional.

e. Suara Surabaya Magazine

Adalah majalah udara yang berisi rangkuman bidikan reporter selama sehari yang berisi hal-hal aktual lokal dan nasional

f. Lintasan Olahraga

Adalah rangkuman kejadian olahraga yang populer di masyarakat, dengan memperhatikan aktualitasnya baik lokal, nasional, maupun internasional.

g. Sari Info Sepekan

Adalah rangkuman materi sari info yang dipilih dari materi siaran sari info selama sepekan.

h. Wawasan

Adalah program dialog interaktif yang memotret kejadian aktual yang terjadi di Surabaya dan sekitarnya.

i. Halo Polisi

Adalah program dialog interaktif yang berfungsi menjembatani institusi kepolisian dalam mensosialisasikan program-program kerjanya.

j. Perilaku Sehat

Adalah program dialog interaktif sebagai upaya

pemberdayaan masyarakat dalam hal kesehatan.

k. Suara OTODA

Adalah program interaktif yang memfasilitasi Pemerintah Daerah dalam mengkomunikasikan kebijakan daerahnya kepada masyarakat.

l. Lembaga Konsumen Media (LKM)

Adalah program interaktif untuk memotret kegiatan-kegiatan LKM dalam mengawasi kegiatan pemberitaan media.

m. Diagnosa

Adalah program interaktif dalam kemasan konsultatif bertema permasalahan kesehatan.

n. Bincang Otomotif

Adalah program interaktif seputar permasalahan otomotif.

o. Dialog Prospek

Adalah program interaktif yang berfungsi sebagai inspirasi dalam hal bisnis dan pengembangan ekonomi.

p. Nara Qualita Aksana

Adalah program interaktif dalam hal pembangunan dan pengembangan moral dalam perspektif global.

q. Dialog Bisnis AMA

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Adalah dialog interaktif seputar dunia managerial, berisi

tips dan trip bisnis pengelolaan bisnis dan mamajemen.

r. Ragam Perempuan

Adalah program interaktif yang membahas perempuan dengan segala aspek dan dunia mereka.

s. Memorabilia

Adalah program musik dengan segmentasi lagu-lagu pop populer di tahun 70-an.

t. Jazz Traffic

Adalah program musik dengan komposisi-komposisi jazz.

u. Klasik Rock

Adalah program musik dengan segmentasi lagu-lagu rock tahun 80-an.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

Setiap penelitian tujuan utamanya adalah untuk mencari jawaban atas permasalahan yang diteliti dan salah satu tahap penting dalam proses penelitian adalah kegiatan pengumpulan data. Dalam tahap pengumpulan data peneliti melakukan wawancara pada informan yang telah ditentukan. Untuk lebih memudahkan mendapat jawaban secara sistematis maka deskripsi penelitian disajikan dalam dua kategori tersendiri.

1. Pandangan Radio Suara Surabaya Terhadap Konsep *Civic Journalism* Pada Program Acara Kelana Kota

a. Awal berdirinya SS dan penerapan format *news* pada Program Kelana Kota

Sejak awal berdirinya tanggal 11 Juni 1983, Radio Suara Surabaya FM (SS) telah menggunakan pendekatan jurnalisme dalam format pemberitaannya. Pendirinya waktu itu yaitu Soetojo Soekomihardjo menginginkan radio ini benar-benar sebagai media yang fungsinya memberikan informasi layaknya koran yang kuat di pemberitaannya. Pada saat itu radio tidak dianggap sungguh-sungguh sebagai media karena fungsi informasi dan pemberitaan yang minim dan lebih menonjolkan sisi hiburannya saja.

Jadi pilihan kita kenapa dulu itu mengambil ke jurnalistik itu bermula dari pemikiran pak Toyo sendiri, dan dia merasa radio ini adalah media massa, dan media massa itu harus lengkap punya tiga fungsi, dan trilogi fungsi ini harus jalan. Diantaranya ada unsur informasi, edukasi dan unsur *entertainment*-nya. Tahun-tahun 80-an radio di Indonesia lebih ke *entertainment*, sehingga Pak Toyo mempunyai pemikiran SS ini harus lain maka dikuatkanlah informasinya.⁴²

Ketika semua radio ramai-ramai mengusung musik dan budaya titip salam, Soetoyo Soekomiharjo mencoba mengudara dengan konsep yang sangat berbeda. Keinginannya ternyata terpapar

⁴² Wawancara dengan Errol Jonathans, tanggal 18 Desember 2007. di ruang rapat radio Suara Surabaya

dalam konsep jurnalisme radio sedangkan maksud berkeliling dan mencari informasi dalam percakapan Soetoyo dengan Errol Jonathans ia tuangkan dalam *brand* Kelana Kota (KK). Prinsip awal KK adalah konsep geografis dengan pendekatan lokal *news*, dalam kelana kota imajenasi yang ingin dihidupkan adalah jalan-jalan, mengumpulkan informasi dan kemudian menginformasikannya.⁴³

Pilihan format yang berbeda dari pada radio yang lain, merupakan tantangan tersendiri bagi pengelolanya. Masih ditambah lagi dengan turunnya SK Menpen No 26/1984 yang mengatakan bahwa hanya RRI saja yang boleh menyelenggarakan kegiatan media audio dengan format berita.

Tantangan ini tidak membuat SS menyulitkan langkah untuk terus mempertahankan idealismenya. Pengelola SS pun kemudian mencari strategi untuk keluar dari permasalahan tersebut tanpa harus menanggalkan idealismenya. Mulailah SS mengangkat peristiwa-peristiwa lokal yang belum diangkat oleh radio lain. SS juga menolak anggapan bahwa, radionya memproduksi berita. Dengan alasan dan dalih bahwa mereka hanya berinformasi, karena yang diasumsikan berberita pada SK tersebut adalah program acara "Warta Berita" di RRI. Selain itu SS juga menghindari berita-berita yang berbau politik agar tidak terkesan bahwa SS merupakan radio oposisi

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

⁴³ Majalah *Mosaik Kelana Kota Dua Dasawarsa yang Melegenda* (Juni 2003) hal.68

atau lawan dari kekuasaan.

Memang pada waktu itu ada Peraturan Pemerintah SK 26 kalau tidak salah, SK Menpen no 26 Tahun 84 dan itu melarang radio swasta untuk berberita, yang SS lakukan adalah kita tidak berberita tetapi kita berinformasi, saya menterjemahkan berita itu yang menurut versinya sekolah berita itu adalah format pemberitaan yang sifatnya *hardnews* dan itu harus mengikuti kaidah-kaidah piramida terbalik dan sebagainya, aku tidak perlu itu tetapi dengan materi yang sama, peristiwa yang sama, saya sampaikan bukan berberita tetapi *to inform*, menginformasikan secara bebas dengan demikian saya tidak menyalahi itu.⁴⁴

Ada paradigma lain yang waktu itu dianut oleh SS, dengan berprinsip bahwa "*Good news is good news*" bukan "*Bad news is good news*". Harus ada solusi yang muncul, bukan hanya sebagai eksploitasi kasus, perkara tapi tanpa solusi. Bahwa realita yang baik juga perlu mendapatkan tempat. Menurut Errol, pendekatan inilah yang kemudian membuat SS dikenal.

Setidaknya ada dua alasan menurut Errol yang melatarbelakangi SS menggunakan konsep jurnalisme dari awal berdirinya diantaranya:

1) Pertama, alasan idealisme.

Saat itu belum banyak radio swasta yang menggunakan konsep jurnalistik pada format siarannya, yang ada baru, di Jakarta dan Bandung. Kalaupun ada yang mendekati konsep tersebut, menurut Errol, sifatnya hanya menginformasikan saja,

⁴⁴ Wawancara dengan Errol Jonathans, tanggal 18 Desember 2007, di ruang rapat radio Suara Surabaya
digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

sedangkan yang ada unsur pelibatan khalak, belum ada. Pendiri SS saat itu percaya bahwa dengan pelibatan khalayak, merupakan fungsi utama kekuatan radio. Disamping itu juga SS berbeda dengan RRI pada waktu itu juga menerapkan format *news*.

Yang membedakan adalah RRI itu polanya *top-down*, jadi berita-berita pemerintah yang disiarkan, Suara Surabaya berpikir terbalik, masyarakat Surabaya ini butuh informasi apa? itu yang kita layani. Jadi perbedaan mendasarnya ada disana, kalau RRI pada jaman itu sangat jelas, bahwa dia harus menyebrangkan berita-berita Pemerintah. Apakah masyarakatnya memerlukan atau tidak itu tidak diperhitungkan, jadi pokoknya dianggap semua berita dari Pemerintah itu semuanya penting untuk disiarkan. Sementara di SS berfikir terbalik masyarakat ini butuh berita apa, itu yang kita lakukan.⁴⁵

2) Kedua, pendekatan pada lahan atau segmentasi yang belum tergarap.

Pada tahun-tahun 80-an, radio-radio yang ada kebanyakan membidik segmen anak muda, yang lebih mengedepankan musik pada setiap siarannya. Sedangkan SS membidik segmen orang dewasa, dengan pendekatan informasi.

Merancang programnya sehingga mencapai visi itu, nah sehingga dibuatlah semacam rancangan dan strateginya itu memainkan jurnalistik, namun jurnalistiknya lokal, kalau menurut terminologi inggrisnya *local journalism*. Kita melihat sedikit sekali radio yang memainkan itu tetapi ditataran jawa timur kita tidak menemukan itu. pada tahun

⁴⁵ Wawancara dengan Errol Jonathans, tanggal 18 Desember 2007, di ruang rapat radio Suara Surabaya

itu terutama untuk FM, pada tahun 83' FM itu dipersepsikan sebagai radio hiburan SS justru ngak, lahir sebagai FM justru memainkan jurnalistiknya⁴⁶

Konsekuensi dari keberanian SS keluar dari lahan yang biasanya ini, merupakan tantangan bagi SS untuk yang kesekian kalinya. Setidaknya butuh waktu bagi SS untuk membentuk segmennya, agar mereka bisa menyadari bahwa radio ini adalah radio informasi yang berbeda dengan radio pada umumnya. Untuk menjawab tantangan ini, maka kemudian SS menjalankan fungsinya yang diistilahkannya sebagai fungsi untuk mengedukasi masyarakat. Bagi SS, masyarakat harus diyakinkan bahwa mengkonsumsi informasi di radio itu sama kuatnya mengkonsumsi informasi dari media lain khususnya surat kabar dan televisi.

Hal ini yang dilakukan SS mengingat masyarakat sebelumnya tidak terbiasa memperoleh informasi dari radio, karena dalam paradigma pendengar, didalam radio itu hanya ada musik, kuis, sandiwara radio dan *request*.

Pada awal berdirinya SS tidak mempunyai reporter seperti sekarang ini, Errol mengatakan, ia pada waktu itu

⁴⁶ Wawancara dengan Errol Jonathans, tanggal 18 Desember 2007. di ruang rapat radio Suara Surabaya
 digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

bukan hanya sebagai penyiar tapi juga sebagai reporter dan juga penulis naskah dari siaran yang akan disampaikan kepada pendengar. Sumber berita pada awal reportase SS ia dapatkan dari data laporan tahunan Pemkot dan juga *Hunting* ke humas-humas.

Pada jaman itu lebih banyak saya waktu itu hadir disini sebagai penyiar, sebagai jurnalis, sebagai penulis itu yang ku garap sendiri. Jadi saya mencari data dari sumber-sumber yang saya punyai dari Pemerintah Kota dan sebagainya dan data itu yang saya olah baru kemudian kita siarkan. Berjalan kira-kira 2 tahun, baru pada tahun 85 tuntutan dari publik itu semakin besar karena mereka mulai terbiasa mendengarkan infonya SS, selama ini infonyakan sifatnya adalah tulisan-tulisan yang kita bacakan, karena saya mengolah data, informasi dari kantor-kantor Pemerintah dan institusi lainnya itu lalu kita sampaikan ke publik. Dan kemudian setelah berjalan selama dua tahun itu ada permintaan dari masyarakat, *bisa ngak* menghadirkan informasi yang aktual, artinya kejadiannya saat itu lalu juga bisa dilaporkan, baru tahun 85 saya merasa, saya ngak bisa ngarap sendirian lalu kita rekrut satu orang untuk menjadi reporter di SS, nah dialah yang lebih banyak melakukan *hunting*. *Hunting-hunting* selain saya sendiri masih melakukan itu. Sampai pada perkembangannya berikutnya, disekitaran tahun 85 sampai tahun 90 kita merekrut beberapa lagi, pada waktu itulah kemudian konsep reportasenya itu dilaksanakan, sebelumnya kan semuanya juga begitu hanya menulis kemudian disampaikan namun belum sampai pada tahapan reportase.⁴⁷

Frekuensi yang dipilih oleh Radio SUARA SURABAYA waktu itu adalah 100.55 FM. Pilihan itu tentu saja merupakan keputusan yang sulit bagi radio ini mengingat waktu itu *reciver* yang dipakai SS yakni frekuensi FM diasumsikan sebagai frekuensi *entertainment* namun SS menggunakannya

⁴⁷ Wawancara dengan Errol Jonathans

dalam berberita. Sedangkan menurut Errol, AM pada waktu itu penuh sehingga pendiri SS harus mengambil FM sebagai saluran frekuensinya, walaupun waktu itu pendiri SS termasuk pendatang baru.

Justru pada jaman itu kalau menurut sejarahnya AM ini malah penuh jadi semuanya AM baru kemudian ketika pemerintah membuka FM, ya Pak Toyo sebagai pendatang baru masuk kesitu, dan langsung mengambil masuk ke FM nya itu. pada tahun itu terutama untuk FM, pada tahun 83 FM itu dipersepsikan sebagai radio hiburan SS justru ngak, lahir sebagai FM justru memainkan jurnalistiknya⁴⁸

Pada akhirnya SS membidik segmen menengah keatas adalah untuk menjawab permasalahan tersebut. SS kemudian tinggal menyesuaikan dengan kebutuhan khalayaknya. Karena kebanyakan kalangan menengah atas memiliki kadar intelektualitas tinggi, maka pilihan jurnalisme cukup tepat bagi mereka. Faktor lain adalah faktor biaya, karena hanya radio-radio atau tape recorder yang harganya mahal saja yang bisa menerima frekuensi FM, maka segmen menengah atas merupakan segmen yang tepat.

Pilihan frekuensi FM yang dilakukan SS ternyata tepat, pada perkembangannya FM menjadi tren karena penerimaannya bisa stereo. Tugas SS kemudian adalah mengedukasi sesama khalayaknya yang menengah keatas. Segmen ini masih memandang sebelah mata terhadap fungsi radio sebagai media informasi dan

⁴⁸ digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
Wawancara dengan Errol Jonathans tanggal 18 Desember 2007 di ruang rapat radio Suara Surabaya

pemberitaan. Padahal justru orang-orang menengah ataslah yang lebih membutuhkan informasi dan berita dalam mengonsumsi media. SS pun kemudian menjawab tantangan ini dengan Cara memproduksi informasi yang sangat mereka butuhkan dan dengan kedekatan informasi yang sangat kuat (*proximity*). Informasi tentang lalu lintas menjadi salah satu pilihan awal karena segmennya adalah orang-orang bermobil.

b. Latar belakang penerapan format interaktif di program Acara Kelana Kota

Format jurnalisme interaktif yang dipakai oleh SS saat ini sebenarnya adalah upaya reaktif jajaran pengelola radio SS untuk mengembangkan kebutuhan masyarakat. Dalam komunikasi format ini dikenal dengan konsep *two way communication*. Format ini dipakai oleh SS mulai tahun 1994 dan merupakan hasil olahan panjang dari semua tim yang ada di SS termasuk ide dari para pimpinan-pimpinan di SS yang memberikan pencerahan terhadap ide-ide baru tersebut.

Kebutuhan masyarakat untuk mengekspresikan sikap atau pendapatnya untuk disampaikan kepada masyarakat yang lain, menjadi alasan mengapa SS memilih format ini. Kebutuhan tersebut oleh SS kemudian ditangkap dan difasilitasi dengan konsep interaktif itu sendiri. Konsep jurnalisme interaktif ini juga lahir

karena tuntutan dari teknologi yang semakin besar, lahirnya

jurnalisme interaktif juga diakui Yoyong didorong oleh *booming hand phone* (HP) pada waktu itu.

Pertimbangan pertama tentu kita ingin melakukan perubahan sesudah sejak tahun 83' lebih dari 10 tahun menggunakan pola penyiaran radio yang konvensional, harus ada perubahan, yang kedua juga karena prediksi kita kedepan tentang perkembangan pola komunikasi di radio yang akan lebih banyak melibatkan para pendengar, kemudian yang ketiga juga karena perkembangan teknologi saat itu cukup mendukung, pada saat itulah pertama kalinya orang-orang rame-ramenya menggunakan *handphone*, *booming handphone* itulah yang kemudian yang menjadi pemicu juga untuk pengembangan konsep yang kita gagas itu, dan juga yang berikutnya kita menyadari bahwa media massa itu harus mempunyai peran yang besar di masyarakat sehingga kita ingin mengembalikan media radio itu memiliki satu fungsi informasi lebih kuat dengan melibatkan masyarakatnya itulah beberapa pertimbangannya.⁴⁹

Hal senada juga diungkapkan oleh Errol, penerapan konsep jurnalisme interaktif yang melibatkan khalayak pendengar baru dimulai pada tahun 1994. Menurutnya konsep jurnalisme yang melibatkan khalayak pendengar sudah disusun sejak tahun 89 karena kendala teknis maka penerapannya baru bisa terlaksana pada tahun 1994, dan juga didorong oleh *boomingnya handphone* pada waktu itu.

Interaktifnya SS mengapa dimulai pada tahun 94' itu juga dengan perhitungan sebenarnya konsepnya sendiri itu sudah kita susun pada tahun 89' itu sepulang aku dari Amerika, itu mencoba untuk menyusun konsepnya. Tapi problemnya waktu itu saluran telepon untuk masuk ke SS masih mahal, waktu itu sehingga kita sulit sekali untuk punya nomer baru, jadi yang ada nomer telepon itu dipakai untuk kantor jadi untuk siannya kan harus ada sambungannya juga. Tahun 89' baru merumuskan konsepnya tapi baru tahun 94' itu dapat kita

⁴⁹ Wawancara dengan Yoyong Burhanuddin tanggal 5 Januari 2008. di ruang rapat radio Suara Surabaya

realisasi itu dimungkinkan kita sudah mempunyai saluran-saluran telepon nambah. Tapi strategi yang menentukan waktu itu tahun 94' Indonesia dan Surabaya itu *booming hand phone* (HP).⁵⁰

Konsep jurnalisme interaktif merupakan konsep yang baru dibidang jurnalisme. Meskipun konsep ini baru sebenarnya konsep dasarnya telah digunakan sejak lama di dunia media massa, khususnya radio. Misalnya penggunaan kartu pos, berkirim salam (*request*) lewat telepon. Perbedaannya di Suara Surabaya penggunaannya untuk kepentingan jurnalisme, seperti yang diungkapkan Yoyong berikut ini:

Sebenarnya interaktif di radio itu sudah lama jauh sebelum berita itu dikenal di radio swasta dulu yang boleh berberita dalam RRI kemudian diradio swasta dalam pengelolaan siaran hiburan itu sering kita dengar ada *request*, *request* lagu, diradio daerah itu malah membuat surat menyurat, jualan kupon permintaan lagu, sebenarnya itu kalau dilihat dari komunikasi adalah interaktif sebenarnya, sebenarnya kalau dibilang meniru atau sebagainya sebenarnya ini adalah dasarnya komunikasi interaktif yang sudah ada sebelumnya, tinggal itu kita kelola dalam *countain* yang berhubungan dengan komunikasi.⁵¹

Lebih lanjut Yoyong menjelaskan inspirasi format interaktif yang diaplikasi oleh SS juga didapatkan dari kunjungan-kunjungan ke radio maupun media massa lainnya di luar dan dalam negeri. Kunjungan ini bertujuan untuk mencari pengalaman dan mendapatkan penambahan pengetahuan tentang pengelolaan radio dan sebagainya. Baru pada tahun 1994 Suara Surabaya merumuskan konsep interaktif.

⁵⁰ Wawancara dengan Errol Jonathans tanggal 18 Desember 2007 di ruang rapat radio Suara Surabaya

⁵¹ Wawancara dengan Yoyong Burhanuddin 5 Januari 2008 di ruang rapat radio Suara Surabaya

Pola jurnalisme interaktif dibuat oleh SS sendiri dan konsep itu disesuaikan dengan karakteristik para pendengar SS.

Jadi agak sulit menerapkan konsep yang sama ditempat yang lain karena karakteristik masyarakatnya berbeda, orang Surabaya lebih peduli, solidaritasnya tinggi, lalu merasa terlibat dalam semua persoalan karena mereka tau apa yang ada disekelilingnya itu nanti akan berpengaruh pada dirinya makanya mereka punya kepedulian pada lingkungannya dan sebagainya dan itu lebih mudah kita mendorong untuk terjadinya interaktif⁵²

Jurnalisme interaktif merupakan olahan atau semacam kemasan dari model-model jurnalisme yang diakumulasi dari berbagai macam sumber yang diperoleh dari seluruh dunia. SS pernah melakukan kunjungan ke berbagai negara seperti, Amerika, Eropa, maupun Asia. Disana mereka melakukan kunjungan, pengamatan dan pembelajaran terhadap model-model jurnalisme yang telah diterapkan di berbagai radio di negara-negara tersebut. Hasilnya, terangkum dalam 8 jurnalisme alternatif yang terdiri dari:

- 1) Berita
- 2) *Interview*
- 3) Reportese
- 4) dialog
- 5) obrolan
- 6) *features*
- 7) *magazine* semacam majalah udara

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

⁵² Wawancara dengan Yoyong

8) Uraian semacam tajuk rencana

Kedelapan bentuk jurnanisme alternatif inilah yang kemudian menjadi dasar pijakan bagi lahirnya format jurnanisme interaktif di radio Suara Surabaya. Jurnanisme interaktif ini juga menyulitkan masuk kategori yang mana dari 8 jurnanisme alternatif karena dalam teori jurnanisme sendiri belum ada, interaktif sendiri itu sebenarnya sebuah metode komunikasi, jadi jurnanisme interaktif menurut SS dapat dikategorikan menjadi jurnanisme yang kesembilan namun didalam prakteknya jurnanisme interaktif dapat dimasukkan ke dalam delapan jurnanisme alternatif. Misalnya di SS jurnanisme interaktif menjadi sebuah kemasan itu kadang-kadang dikombinasi, ada yang wawancara di dalam reportase ada yang reportase yang *containmya features* ada yang *features* didalamnya ada wawancara jadi ada yang dialog didalamnya juga ada yang wawancara juga jadi sekarang dengan bahan 8 jurnanisme alternatif itu. Radio mempunyai kesempatan untuk mengeksplorasi.

Dipilihnya program acara Kelana Kota dalam proses *civic journalism* di SS tidak lain karena didasarkan pada pola dari interaktifnya. Menurut Errol polanya akan sama, yakni pendengar akan melaporkan terlebih pada waktu itu sedang terjadi reformasi.

Ya waktu itu kelana kota kita jadikan kendaraannya kenapa karena kelana kota menurut saya pada tahun 83, sebetulnya acara SS waktu itu macem-macem dan mayoritas masih musik, tetapi kelana kota waktu itu didedikasikan justru untuk informasi lokal seingat saja waktu itu Cuma satu jam. Tetapi kemudian ketika proses interaksi sudah berjalan, lalu

muncullah reformasi dan sebagainya, lalu kita berfikir polanya nantinya akan sama semuanya, orang akan nelpo, berpendapat, berinformasi kasih solusi dan sebagainya lalu mengapa ada nama yang macam-macam kalau isinya semua sepanjang hari sama. Lalu terpikirlah ok kita pake' nama kelana kota sebagai nama yang historikal, jadi ini cikal bakal jurnalistiknya suara Surabaya. Jadi akhirnya satu nama ini kita pake' untuk seluruh program siaran **dalam 24 jam?** Waktu itu belum 24 jam masih 20 jam itu yang kita pakai untuk *corre* atau program Suara Surabaya namanya semua Kelana Kota, *containt*, polanya semua sama tetapi kemudian ada program-program yang lain-lain dimasukkan ditengah-tengahnya karena kelana kota pada program apapun itu tetep jalan. Misalnya *talk show* itu tetap ada info *traffic* kalau perlu *spot news*, *breaking news* boleh masuk di tengah program itu.⁵³

Format acara Kelana Kota sebenarnya merupakan program yang sudah dijalankan SS sejak kelahirannya, tetapi Yoyong mengatakan untuk mengubah konsep maka tidak perlu mengubah nama, karena secara filosofis kelana kota adalah orang berkeliling kota.

Kalau kelana kota tidak berhubungan dengan interaktif, kelana kota justru ada sejak tahun 83', mungkin tahun 83' itu awal-awalnya ya jadi kelana kota itu sudah ada sejak awal itu. Nah tetapi untuk mengubah konsep itu tidak perlu mengubah nama karena secara filosofis kelana kota adalah orang berkelana didalam kota jadi melihat-lihat lah, akhirnya sekarang tidak didalam kota sudah bisa saja antar kota, antar kota antar negara juga bisa karena ada penelepon dari hongkong luar negeri jadi kelana kota secara filosofis tidak berubah jadi namanya tidak perlu diubah polanya saja dikemsannya berubah sejak tahun 94' konsepnya menjadi interaktif tadinya seperti radio biasa⁵⁴

c. Sudut Pandang Tentang Konsep *Civic Journalism*

Sudut pandang terhadap konsep *civic journalism* menjadi satu

pijakan penting bagaimana Radio Suara Surabaya menjalankan

⁵³ Wawancara dengan Errol Jonathans, tanggal 18 Desember 2007 di ruang rapat radio SS

⁵⁴ Wawancara dengan Yoyong Burhanuddin, tanggal 5 Januari 2008 di ruang rapat radio SS

peranannya sebagai media massa yang kaitannya menyiarkan informasi kepada khalayak pendengar.

Dalam pandangan Radio Suara Surabaya konsep *civic journalism* sebenarnya telah dilakukan sejak tahun 1994, namun Suara Surabaya sendiri didalam penyampaianya tidak menggunakan istilah *civic journalism* Seperti yang diungkapkan oleh Errol Jonathan Direktur Oprasional Suara Surabaya media berikut ini

Kalau buat saya tidak terlalu ambil pusing dengan istilah tetapi prinsip yang dilakukan oleh Suara Surabaya itu bukan ketemulah teori *civic journalism* bukan, tetapi kita punya cara untuk bagaimana mengaplikasikan visi Suara Surabaya bahwa itu kemudian dan ternyata dikategorikan sebagai *civic journalism* ya monggo saja karena dulu sewaktu saya masih kuliah di AWS STIKOSA istilah itu belum ada, sementara Suara Surabaya sudah melakukannya sejak tahun '94⁵⁵

Selain itu Suara Surabaya menurut Errol menerapkan dan melibatkan khalayak pendengar sebagai sumber informasi tidak lain karena Suara Surabaya ingin menerapkan pemberdayaan dan kegiatan demokratisasi pada masyarakat melalui program siarannya yang sudah dimulai sejak tahun 1994. Menurut pandangan Errol *civic journalism* adalah istilah yang tidak terlalu diambil pusing didalam pemanfaatannya, menurut pandangannya SS melibatkan khalayak pendengar dalam format pemberitaan itu karena demokratisasi yang sesuai dengan visi SS sendiri. Di mana demokratisasi itu yang hendak SS didik pada khalayak pendengar diantaranya keberanian untuk berpendapat, berbeda pendapat dan bisa

⁵⁵ Wawancara dengan Errol Jonathans, tanggal Desember 2007 di ruang rapat Radio SS

menerima pendapat orang lain. Intinya masyarakat diajak berpartisipasi didalam penyampaian informasi dan memberi penyelesaian atau solusi dalam permasalahan yang disampaikan oleh masyarakat lainnya seperti yang diungkapkan berikut ini.

Jurnalisme interaktif dilakukan SS sejak tahun 94 bahwa yang namanya pendengar itu berperilaku seperti layaknya jurnalis atau penyiar, buat saya, aku tidak terlalu pusing dengan istilah itu bahwa ini *civic journalism* ada yang mengatakan ini adalah *partisipatori journalism*, *public journalism*, apapun istilahnya tetapi kita lakukan sekarang ini hanyalah semata-mata berorientasi pada visi Suara Surabaya, visi Suara Surabaya itu intinya tentang Demokratisasi, demokratisasi itu yang hendak kita didik pada khalayak, itu adalah keberanian untuk berpendapat, berbeda pendapat dan bisa menerima pendapat orang lain itu yang kita kategorikan makna demokratisasi yang ada pada visinya SS, bagaimana caranya, kalau begitu semua orang berhak berbicara, bahwa itu Cuma isinya opini atau dia membawa informasi atau dia menggabungkan keduanya nah itu Cuma persoalan *countaint* tetapi filosofinya bahwa masyarakat mempunyai peluang berbicara atau menjadi informan atau menjadi pelaku informasi itu sendiri lalu disampaikannya oleh mereka sendiri.⁵⁶

Sedangkan menurut Yoyong Suara Surabaya *civic journalism* dipandang sebagai konsep besar dan baru-baru ini dikenal khususnya pasca reformasi, yang sekarang mulai di anut banyak media, Yoyong menambahkan penerapan *civic journalism* yang ada di SS hanya sebagai aplikasi tidak secara keseluruhan menerapkan konsep itu, dengan alasan kalau media menerapkan semua konsep *civic journalism* maka akan sulit, karena menurutnya *civic journalism* merupakan konsep dasar, dimana kalau konsep ini dijalankan secara keseluruhan atau mentah-mentah dilaksanakan di media maka akan sulit, untuk itu media harus mempunyai

kecerdikan-kecerdikan untuk mengolah aplikasi tersebut sehingga media dapat membuat konsep yang mengena pada khalayaknya.

yang saya percayai bahwa *civic journalism* itu adalah konsep dasar kalau orang mau melaksanakan *civic journalism* dengan menggunakan konsep dasar itu pasti sulit, sulit berhasilnya. Jadi media massa itu kalau ingin menerapkan *civic journalism* itu tidak bisa mentah mentah diterapkan. Dia harus mempunyai strategi atau kecerdikan-kecerdikan tertentu dalam mengelola itu sehingga dalam aplikasinya ia dapat membuat konsep yang bisa mengena pada khalayaknya kalau *civic journalism* saja diterapkan murni seperti itu ya istilahnya mentahan gitu ya, istilahnya kita ngomong mobil, tapi ada sedan ada mini bus, mini bus sekarang ini ada *city car* yang lebih kecil lagi dan itu yang disebut aplikasinya tapi semuanya mobil dan *civic journalism* itu sebuah konsep besar dan dasarnya kan dia melibatkan publik massa jadi ada yang mengatakan bahwa seperti SS begini bisa disebut *civic journalism* tapi hanya sebuah aplikasinya.⁵⁷

Civic journalism di radio lahir karena adanya dorongan dari khalayak selaku konsumen yang merasa tidak puas dengan informasi yang ada di radio dan juga radio diibaratkan Yoyong sebagai labolatorium hidup, dimana radio terus berkembang seiring berkembangnya teknologi dan khalayak sebagai konsumen media, penerapan *civic jurnalisme* yang dipandang sesuai dengan format jurnalisme interaktif di radio SS, mengubah konsep dasar radio dari *one way traffic communication* menjadi *two way traffic communication* merupakan satu diantara bentuk perkembangan media. Sebagaimana visi SS yang menyakini bahwa radio ini akan menjadi pusat demokratisasi dan pemberdayaan masyarakat melalui usaha media yaitu media massa. Lalu untuk menampung itu SS mengikuti perkembangan teknologi komunikasi.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

⁵⁷ Wawancara dengan Yoyong Burhanuddin, tanggal 5 Januari 2008 di ruang rapat radio Suara Surabaya

2. Strategi Suara Surabaya Dalam Menjalankan Program Acara Kelana Kota Sebagai Media *Civic Journalism*

a. Strategi

Penerapan konsep *civic journalism* didalam program acara kelana kota Suara Surabaya tidak dilaksanakan dalam 100%. Namun inti dari penerapan *civic journalism* juga tidak lepas dari khalayak pendengar karena merekalah yang menjadi subyek, bukan lagi menjadi obyek dalam pemberitaan, untuk itu SS harus mempunyai strategi didalam menjaring khalayak pendengar.

Civic journalism itu sebuah konsep besar dan dasarnya kan dia melibatkan publik massa jadi ada yang mengatakan bahwa seperti SS begini bisa disebut *civic journalism* tapi hanya sebuah aplikasinya. Apakah kita 100% menerapkan *civic journalism* tidak, seperti contohnya kalau ada kelompok pendengar dari sekmentasi yang sudah terkelompok itu ada kelompok yang lebih kecil lagi yang menginginkan perubahan terhadap medianya menurut saya radio SS itu jangan begitu begini saja karena kalau begitu cocok dengan keinginan kami padahal keinginan dia itu belum tentu dari keinginan dari kelompok yang lebih besar ini, kalau kita penuhi ini benar-benar *civic journalism* yang memenuhi kebutuhan dia dan jangan-jangan medianya yang akan rusak, rusak artinya dia tidak punya idealisme itu karena dia terbawa idealisme ini, memenuhi kebutuhan ini tapi mengabaikan yang besar.⁵⁸

Starategi ini dilakukan mengingat awal kelahiran jurnalisme interaktif di SS sejak tahun 1994 sudah melibatkan khalayak pendengar, dalam prakteknya penerapan ini direspon baik oleh khalayak, namun *content* dari laporan masyarakat dipandang SS tidak menguntungkan, kalau dijalankan seperti ini terus, bahkan SS

⁵⁸ Wawancara dengan yoyong Burhanuddin

beranggapan jika dijalankan seperti ini terus, tanpa adanya perubahan maka SS hanya sebagai keranjang sampah, dari laporan yang disampaikan pendengar, karena laporan tersebut hanya berisi tentang keluhan kesah, komplain, pesimistis, maka SS pun melakukan perubahan.

Jadi interkatif sendiri baru kita mulai pada tahun 93 sampai 94 itu interaktif pertama kali kita mulai karena dia berinteraksi maka kemudian proses dimana pendengar kan sudah ikut serta. Pada massa-massa itu kita melihat proses interaktif yang berjalan di Suara Surabaya itu, kok isinya banyak orang yang berkeluh kesah, komplain karena punya kesempatan ngomong di Suara Surabaya, lama-kelamaan kita mempelajari, ini kok tidak menguntungkan kalau lama-lama seperti ini terus, sebab kita berfikir Suara Surabaya seperti keranjang sampah, buat orang ngomel, orang komplain trus apa manfaatnya dari siaran semacam ini. Pada saat itulah kita mencoba merumuskan tapi saya terus terang lupa tahunnya berapa⁵⁹

Untuk itu maka Suara Surabaya dalam menjalankan jurnalisme interaktifnya menerapkan strategi, dimana strategi itu untuk meminimalisir kejadian dalam pelaporan khalayak mengingat penerapan jurnalisme interaktif berhubungan langsung dengan khalayak pendengar diantaranya:

1) Penerapan Motto *News-Interaktif-Solutif*

Walaupun SS menerapkan jurnalisme interaktif yang melibatkan khalayak pendengar sebagai informan, pendengar SS dalam interaktifnya, tidak dapat berbicara sembarangan, atau ngawur, walaupun radio SS menerapkan konsep *civic journalism*. Menurut

Yoyong SS harus mempunyai strategi dalam memberdayakan khalayak pendengar, dimana para pendengar diajak untuk bersikap demokratis, dari laporan yang disampaikan warga, baik itu informasi, kritik yang harus berujung pada solusi.

Problem jangan sampai jadi masalah jadi anda ngomong mau menimbulkan masalah baru jadi anda bagian dari masalah oleh karena itu anda harus mempunyai visi yang sama dengan kita, sebagian besar dari kita atau hal yang lebih baik karena itu kalau anda mempunyai problem, melihat problem apa sih solusi yang lebih pantas nah itu yang kemudian menjadi semacam filter konsep, jadi konsep memfilternya kayak apa sih, oh kita harus punya konsep, difilter pakai konsep solusi, jadi interaktif itu bukan semua orang boleh ngomong sembarangan dia punya batas-batas dia punya syarat-syarat⁶⁰

Lebih lanjut Yoyong menjelaskan penerapan motto *News-Interaktif-Solutif* yang ada di SS merupakan filosofi dalam pemberitaan, dimana disetiap pemberitaan di SS terdapat unsur diantaranya, *News* merupakan berita yang akan disampaikan yang didukung dengan data yang kuat. *Interaktif* karena ada partisipasi dari masyarakatnya dan berujung pada konsep yakni solusi yang diberikan oleh pendengar.

Errol menambahkan, segala bentuk interaksi pendengar melalui SS, berimbang antara opini dan informasi. Namun semuanya dikelola SS dalam bentuk *news-intraktif-solutif*. *News* artinya apapun yang disampaikan pendengar minimal memenuhi

keenam unsur jurnalistik, yaitu 5 W+1H yakni *what, who, when, where, why, how*.
digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

⁶⁰ Wawancara dengan Yoyong Burhanuddin

why where, dan *how*. *Interaktif* dimaksud bahwa apapun yang disuaran pendengar melalui SS adalah sangat memungkinkan untuk didengar oleh orang lain. Sedangkan yang dimaksud dengan *solutif* bahwa apapun yang dibicarakan dan siapapun yang berbicara melalui SS dalam program acara Kelana Kota harus mampu memberikan alternatif solusi yang menurutnya sesuai dan dapat dilakukan oleh pihak-pihak yang berkepentingan dengan permasalahan itu.

Merumuskan apa yang lebih bermanfaat keluarlah tiga kata itu, jadi pemahamannya *news* itu ingin menunjukkan pola produk Suara Surabaya, itu adalah jurnalistik. Kemudian *interaktif* itu adalah pola komunikasinya kita bukan *one way* tapi harus dua arah atau multi arah, *solutif* siaran ini menghasilkan apa, semua keluhan kesah yang ada di Suara Surabaya itu berujung di Solusi apa tidak nah filosofi ini yang kemudian mengubah semua konsep radio Suara Surabaya siaran-siaran SS harus berujung pada solusi termasuk para penelpon, masyarakat yang ikut berinteraksi harus memberikan solusi bukan ngomel-ngomel saja, tapi juga harus memberikan solusi. Pada sisi yang lain kita menciptakan jaringan kebanyakan institusi layanan publik agar mereka menjadi bagian solusi ketika publik itu menyampaikan unek-unek, saran-saran dan sebagainya atau fakta-fakta yang mereka lihat. Itulah kemudian setelah ini lahir itu menjadi *cross* atau filosofi dari siaran Suara Surabaya sampai hari ini⁶¹

Dalam mewujudkan siaran interaktifnya maka SS pun menerapkan dan mewujudkan filosofinya *news-interaktif-solutif*. Tujuan dari strategi ini adalah agar filosofi dari SS ini dijalankan dan akan menimbulkan kemanfaatan bagi khalayak pendengarnya.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

⁶¹ Wawancara dengan Errol

2) Peran *Gate Keeper*

Dalam menerapkan konsep jurnalisme interaktif yang sesuai dengan motto dan filosofi SS *news-interaktif-solutif*, maka diperlukan adanya *gatekeeper*, disini peran seorang *gate keeper* tidak hanya sebagai penerima telepon dari pendengar, namun lebih dari itu tugas seorang *gatekeeper* adalah sebagai penyaring awal, apakah yang disampaikan warga ini tidak berbahaya dan tidak menimbulkan masalah kalau disiarkan. Untuk itu seorang *gatekeeper* harus mempunyai pengetahuan dan pengalaman yang baik.

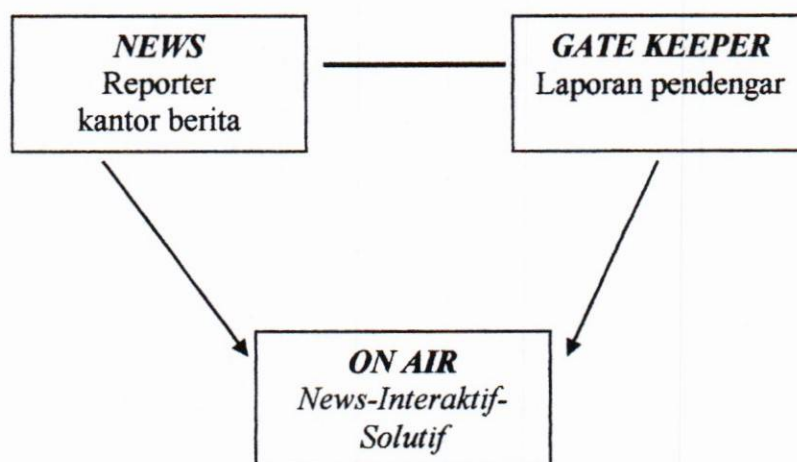
Jadi konsep memfilternya kayak apa sih, oh kita harus punya konsep, difilter pakai konsep solusi, jadi interaktif itu bukan semua orang boleh ngomong sembarangan dia punya batas-batas dia punya syarat-syarat termasuk lebih teknis lagi ketika dia mengudara, itu mengapa di SS ada namanya *gatekeeper* dialah penerima telepon awal dari pendengar dialah yang menyeleksi, berita, informasi yang disampaikan oleh penelepon layak mengudara atau tidak.⁶²

Radio Suara Surabaya menyebut pola interaktifnya sebagai jurnalisme. Itu karena dalam jurnalisme interaktif, berita-berita yang disajikan melibatkan khalayak. Khalayak ditempatkan sebagai subyek pelapor atau yang disebut reporter dadakan. Khalayak dapat menjadi pelaku maupun menjadi saksi mata suatu kejadian. Khalayak memberikan informasi tentang berbagai hal yang mereka temui dan disampaikan melalui telepon maupun sms.

⁶² Wawancara dengan Yoyong Burhanuddin.

Secara teknis informasi dari pendengar diterima oleh *gate keeper* dan diudarakan. Biasanya pendengar mengudara sendiri atau informasi dari pendengar diudarakan oleh *gate keeper*. Pola jurnalisme interaktif di radio Suara Surabaya juga didukung pemberitaan yang dibawa reporter dari lapangan dan juga dikumpulkan oleh *newsroom* dari kantor berita nasional maupun internasional. Pola jurnalisme di Suara Surabaya dapat digambarkan sebagai berikut.⁶³

Gambar 1
Pola Jurnalisme Interaktif di Radio Suara Surabaya



Di sini peran *gatekeeper* sangat penting dalam menyaring laporan awal dari khlayak pendengar, sesudah informasi di terima oleh seorang *gate keeper* tidak langsung mengudarakan atau memperbolehkan pendengar *on air* tetapi tugas dari *gate keeper* tidak berhenti disitu, ia harus melakukan *balancing* dengan pihak-

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

⁶³ Radio Suara Surabaya, [Http://www.kampungmedia.com/](http://www.kampungmedia.com/), diakses 5 Desember 2007

pihak terkait semisal konfirmasi dengan kepolisian apabila ada informasi kecelakaan ataupun lalu lintas. Sesudah konfirmasi didapatkan tugas selanjutnya adalah menyusun informasi dari pendengar yang telah dikonfirmasi dengan pihak terkait baru kemudian diutarakan.

Pertama memetakan permasalahan kita tidak handling telepon saja, ketika informasi masuk dan informasi kita peroleh lalu kita catat, kita kan sistemnya kan *compurise* jadi data yang masuk (*call in*) kita data semuanya, setelah itu data kita kelola dulu secara jurnalistik, tidak hanya mendata informasi tapi dikelola sebelum disajikan kepada khalayak lagi. Itu datanya harus benar-benar valid tidak hanya satu arah artinya kalau si A memberikan informasi kita tidak harus serta merta percaya donk, misalnya mbak ini ada kecelakaan, kecelakaan dimana? berapa banyak orang yang mengatakan informasi yang sama?. Biasanya di SS informasinya cepat sekali kalau ada kecelakaan itu lebih dari satu orang yang menelepon, kemudian kita konfirmasi jadi *balancing news* kita dapat dengan konfirmasi ke kepolisian kalau itu informasinya kecelakaan. Kalau sudah ada dua informasi yang masuk dari pendengar dan kepolisian baru kita data lagi, pokoknya sesuai dengan prosedur yang ada baru kita ,meng-onair-kan. Dan *on air* pun bukan hanya sekedar *just inform* saja tapi lebih dari itu bagai mana menjadi menarik dengan intonasi kita, dengan tata bahasa yang baik karena kita kan dua arah ⁶⁴

Eka menambahkan sebelum pendengar memberikan informasi dan mengudara, *gate keeper* akan lebih dahulu mendata bagi pendengar yang baru pertama kali melapor pada SS, sedang pendengar yang pernah *on air* di SS maka ID *color* akan keluar dengan sendirinya di monitor ketika telepon itu di terima *gate keeper*, dalam pendataan itu, biasanya *gate keeper* akan

⁶⁴ Wawancara dengan Eka Marria, tanggal 6 Januari 2008 di rumah kontrakan Jl Pakis Gunung III/36

menanyakan beberapa pertanyaan diantaranya, nama, alamat, nomor telepon, dan apa yang mau dilaporkan. Sesudah pendatan itu selesai *gate keeper* akan mengolah dan menganalisis apakah data yang disampaikan sudah dapat disiarkan, tentunya data tersebut tidak mengandung bahaya atau unsur sara, dan kemudian baru di *on air* kan, itupun masih menunggu apakah diwaktu yang sama masih ada acara atau tidak.

Ketika telepon kita terima kita data namanya pasti ada di ID color di monitor *gate keeper* terus orangnya menyebutkan data kalau belum lengkap yang pertama kita lakukan adalah melengkapi adtanya dia karena narasumber itu sebagai informan valid otomatis alamat dan sebagainya termasuk nomor telepon kalau ngak muncul ya kalau yang pakai diantara provaider sering tidak keluar jadi kita harus tanya benar-benar bagaimana orang itu tidak tersinggung kalau kita tanya. Kalau datanya sudah ada dan kita menilai data itu layak untuk di *on air* kan, tidak membahayakan, pastinya tidak mengandung unsur sara, trus kita lihat jadwal siarannya apa dulu nich, jangan sampai berbenturan dengan program misalnya wawasan yakni sesuatu yang membahas tentang agenda setting kita tidak bisa memaksakan masuk, kalau memang tidak tepat *on air* waktu itu ya kita data kita lengkapi baru kita sampaikan. Tapi kalau sudah masuk program kelana kota itu kan program *universal* sehingga dapat kita laporkan *on airkan* tapi harus mempunyai *valeau* lalulintas dan tidak membahayakan dalam tanda kutip.⁶⁵

Sedangkan menurut Yoyong starategi yang dijalankan SS dalam jurnalisme interaktifnya yang sesuai dengan *civic journalism*, SS mengantisipasi dengan adanya peran *gate keeper*, disini peran *gate keeper* tidak hanya sebagai penerima

⁶⁵ Wawancara dengan Eka Marria, tanggal 6 Januari 2008 di rumah kontarakan Jl Pakis Gunung III/36

telepon dari laporan warga namun lebih dari itu *gate keeper* adalah tim yang dipunya SS dengan tujuan menyaring mana yang layak dan tidak layak untuk disiarkan didalam penyampaian informasi.

Secara sistem dia adalah penerima awal memang sistemnya begitu diterima, diseleksi, didata, di *on air* kan itu ada prosedurnya. Yang kedua memang secara konsep dialah yang menjadi filter tadi yang memfilter materi yang layak dan yang tidak layak di udara itu *gatekeeper*.⁶⁶

3) Peran Penyiar

Penyiar merupakan rangkaian penting dalam penerapan konsep jurnalisme interaktif, menurut Errol penyiar dipandang sebagai rangkaian terakhir karena secara langsung penyiar berkomunikasi langsung dengan pendengar di dalam laporannya, baik itu menyampaikan informasi ataupun laporan yang lain, untuk itu penyiar harus mempunyai kemampuan intelektualitas dan juga komunikasi dengan pendengar. Penyiar menurut Errol mempunyai otoritas penuh terhadap proses laporan, ketika pendengar mengudara.

Konsep jurnalisme interaktif, kita buat dengan mekanisme pertama adalah dengan konsep ID color dan kemudian *gate keeper* yang mengidentifikasi dan yang berikutnya adalah penyiar. Jadi waktu itu adalah starteginya saya katakan hai penyiar andalah yang menentukan pada akhirnya kalau anda merasa *feelind*, penyiar ini merasa *feelind* bahwa ini merasa gak bener, ya boleh diputus.⁶⁷

⁶⁶ Wawancara dengan Yoyong Burhanuddin
⁶⁷ wawancara dengan Errol Jonathans

4) *Pemanfaatan teknologi*

Penerapan format jurnalisme interaktif radio SS yang mengubah konsep dasar radio dari *one way traffic communication* menjadi *two way traffic communication* merupakan satu diantara perkembangan media. Sebagaimana visi SS yang menyakini bahwa radio ini akan menjadi pusat demokratisasi dan pemberdayaan masyarakat melalui usaha media yaitu media massa. Lalu untuk menampung itu SS mengikuti perkembangan teknologi komunikasi. Oleh sebab itu, alat-alat yang dipakai oleh SS sebagian besar adalah alat-alat *digital* yang selalu di *up date* tiap tahun, yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.

Dalam pemanfaatan teknologi tersebut di pandang Yoyong radio yang merupakan media massa merupakan labolatorium hidup dimana radio akan terus berkembang mengikuti perkembangan khalayak pendengar, dan perkembangan jaman begitu juga dengan SS yang terus berkembang.

Selain itu SS juga membuat portal radio internet melalui satelit, itu dilakukan agar SS dapat menjangkau khalayak pendengarnya yang berada di luar Surabaya yang ingin mendengar siaran radio SS melalui media internet.

b. *Civic journalism* syarat demokrasi

Suara Surabaya menyakini bahwa sesuai dengan visi yang disandangnya, radio akan menjadi pusat demokratisasi dan

pemberdayaan masyarakat melalui usaha media massa, untuk itulah Suara Surabaya menerapkan khalayak bukan lagi menjadi obyek, melainkan sebagai subyek. Menurut Errol visi pemberdayaan masyarakat dipandang sebagai kemampuan masyarakat untuk berani berbicara menyampaikan pikiran dan perasaan. Pada saat massa-massa orde baru dahulu, masyarakat benar-benar dibungkam, bahkan sekedar menyumbangkan pikirannya dan menyampaikannya pun tidak biasa dilakukan.

Dalam konsep jurnalisme interaktif yang melibatkan warga sebagai bagian dari penyampaian informasi, saran hingga berujung pada solusi. Segmen SS yang merupakan kalangan menengah keatas, menurut Yoyong justru merupakan daya dukung bagi visi demokratisasi. Dengan asumsi dalam sejarah perubahan selalu tercipta dari kelompok menengah keatas, bukan dari kelompok bawah. Sehingga SS mengaktualisasi dengan melakukan pembelajaran terhadap dirinya maka jadilah ia intelektual. Orang yang seperti inilah yang menginspirasi perubahan-perubahan. Oleh karena itu SS didalam menciptakan suasana demokratisasi di radio justru lebih pas dengan mengelola orang-orang menengah keatas.

Diseluruh dunia perubahan itu dilakukan oleh kelompok-kelompok menengah dalam abad pertengahan ketika terjadi revolusi industri ketika terjadinya perubahan-perubahan masa pembaharuan itu semua kelompok menengah bukan dikelompok bawah dan tidak dikelompok atas kalau di Eropa kelompok atas itulah kerajaan, kerajaan kan seolah-olah konvensional, kali ya aristokrasi atau apapun. Tapi yang

melakukan perubahan perubahan zaman adalah kelompok menengah atas yang bawah itu ngikut. Jadi untuk pemberdayaan dan demokratisasi justru kita harus bersama-sama kelompok menengah keatas ini, itu yang lalu mengelindingkan perubahan, kalau kita melakukan demokratisasi dilevel bawah nah itu barangkali bisa gampang *miss* orientasi (*salah paham-red*). Karena orang berubah itukan membutuhkan kecerdasan, intelektualitas maksudnya, orang lahir itu sudah cerdas aslinya tapi intelektualitas itu membutuhkan masukan-masukan makanya orang sekolah, oarng baca buku, orang denger radio, itulah untuk melakukan pencerahan dalam dirinya jadilah ia intelektual. Orang yang seperti inilah yang menginspirasi perubahan-perubahan. Oleh karena itulah demokratisasi kita justru lebih pas dengan mengelola orang-orang ini⁶⁸

Dalam memilih khalayak pendengar di sini SS memilih khalayak menengah keatas dan dewasa, hal ini sesuai dengan misi yang SS punya yakni menjadikan radio sebagai aktualisasi demokrasi.

Sekmentasi yang kita tuju adalah menengah ke atas dan dewasa karena sekmentasinya ngak banyak disentuh oleh radio dan kita ambil saja yang belum banyak diladeni, dan untuk konsep jurnalistik yang semacam ini menurut saya ngak cocok untuk anak muda, cocoknya untuk menengah keatas dan dewasa, pendidikan tinggi yang sesuai dengan misi itu, dan juga orang-orang yang mampu menerapkan partisipasi mereka dan keperdulian mereka, kalau nak-anak muda aktualisasinya lebih tinggi sementara nilainilai sosialnya itu masih jauh sementara bagi orang-orang dewasa ini jiwa sosial mereka itu jauh lebih matang dan partisipasi lebih mudah dibangun.⁶⁹

Sementara itu Yoyong menyebutkan walaupun demokrasi itu dibutuhkan oleh semua segmen, SS menginginkan agar melalui segmen yang dibatasi tersebut dapat mencapai demokrasi yang diinginkan. Apa yang disampaikan oleh para pndengar melalui SS diharapkan akan menimbulkan *multiplier effect*. Artinya dari kesadaran demokrasi yang

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

⁶⁸ Wawancara dengan Yoyong Burhanuddin

⁶⁹ Wawancara dengan Errol Jonathans

mereka miliki diharapkan akan memberikan kepedulian, kelompok-kelompok yang lain untuk melakukan perubahan.

perubahan zaman selalu dilakukan kelompok menengah atas yang bawah itu ngikut. Jadi untuk pemberdayaan dan demokratisasi justru kita harus bersama-sama kelompok menengah keatas ini itu, yang lalu mengelindingkan perubahan, kalau kita melakukan demokratisasi dilevel bawah nah itu barangkali bisa gampang missorientasi. Karena orang berubah itu kan membutuhkan kecerdasan, intelektualitas maksudnya, orang lahir itu sudah cerdas aslinya tapi intelektualitas itu membutuhkan masukan,-masukan makanya orang sekolah, orang baca buku, orang denger radio terutama kalangan menengah ke bawah.⁷⁰

⁷⁰ Wawancara dengan Yoyong Burhanuddin

BAB V

ANALISIS DATA

A. Temuan

Dari hasil penyajian data pada bab sebelumnya dapat diperoleh temuan-temuan sebagai berikut :

1. Pandangan Radio Suara Surabaya tentang Konsep *Civic Journalism*

Konsep *Civic Journalism* atau jurnalistik warga sebenarnya sudah dilaksanakan oleh Radio Suara Surabaya sebelum munculnya istilah *civic journalism*, yang belakangan menjadi topik hangat di dunia jurnalistik. Errol Jonathans Manager Operasional Suara Surabaya mengatakan konsep yang sudah dilaksanakan pada tahun 1994 ini, menitik beratkan khalayak tidak hanya sebagai pendengar pasif tetapi melalui Suara Surabaya khalayak pendengar diajak untuk secara aktif terlibat langsung pada proses pemberitaan di dalam program Acara kelana Kota.

Secara langsung Errol tidak menyebutkan kalau didalam Radio Suara Surabaya pada program acara kelana kota menggunakan konsep *civic journalism*, *publik journalism*, *partisipatori journalism* atau yang lainnya, hal ini didasarkan bahwa Suara Surabaya sudah menggunakan dan melibatkan khalayak pendengarnya didalam pemberitaannya sebelum muncul istilah *civic journalism* untuk itu Errol menyerahkan kepada publik untuk menilai apakah konsep yang ada di radio Suara Surabaya

mengusung konsep *civic journalism* atau tidak.

Namun menurut Yoyong dilibatkannya khalayak pendengar didalam pemberitaan SS pada program acara kelana kota merupakan aplikasi dari *civic journalism* yang baru berkembang akhir-akhir ini khususnya pasca reformasi dan dikenal dalam istilah jurnalistik tapi apapun namanya *civic journalism* sekarang mulai dianut di banyak media, menurutnya *civic journalism* adalah konsep dasar, apabila media ingin melaksanakan *civic journalism* secara keseluruhan maka akan sulit diterapkan, dan sulit berhasil, menurutnya kalau media massa ingin menerapkan *civic journalism* tidak bisa mentah-mentah diterapkan dia harus mempunyai strategi atau kecerdikan-kecerdikan tertentu dalam mengelola itu, sehingga dalam aplikasinya ia dapat membuat konsep yang bisa mengena pada khalayaknya.

Dalam pandangan Radio Suara Surabaya walaupun konsep *Civic Journalism* tidak disebutkan secara langsung, tetapi menurut analisis penulis program acara Kelana Kota yang ada di Radio Suara Surabaya sudah melaksanakan dan menjalankan konsep *Civic Journalism*, ini dibuktikan dengan adanya keterlibatan masyarakat yakni khalayak pendengar radio Suara Surabaya yang terlibat langsung didalam pemberitaan baik itu menyampaikan informasi, kritik, saran dan penyelesaiannya, dan itu merupakan unsur dari *civic journalism*.

Civic journalism merupakan aplikasi penyampaian berita yang melibatkan warga masyarakat dimana warga sebagai pewarta dan lahir

karena kebutuhan masyarakat dan didukung oleh teknologi informasi

khususnya pada saat boomingnya *Hand Phone* (HP) sehingga dapat melaporkan apapun kejadiannya, dengan cepat.

2. Bagaimanakah strategi Suara Surabaya dalam menjalankan Program acara Keiana Kota sebagai media *Civic journalism*

Berangkat dari pandangan terhadap konsep *civic journalism* yakni khalayak sebagai subjek bukan sebagai objek pemberitaan, maka kegiatan yang dilaksanakan radio Suara Surabaya berhubungan langsung dengan khalayak, dimana khalayak pendengar terlibat langsung dengan pemberitaan, maka Suara Surabaya harus mempunyai strategi. Dimana strategi yang digunakan Suara Surabaya mempunyai fungsi untuk menjembatani komunikasi khalayak dengan media, sehingga didalam pelibatan khalayak dapat berjalan dengan semestinya, untuk itu Suara Surabaya harus mendidik masyarakat dengan beberapa langkah diantaranya :

- a. Pertama reporter Suara Surabaya sebagai pijakan awal warga sebelum menyampaikan opini, secara tidak langsung laporan reporter Suara Surabaya akan ditiru oleh masyarakat sebelum mereka menyampaikan informasi ke SS.
- b. *Gatekeeper* disini bukan hanya sebagai penerima telepon tetapi lebih dari itu tugas *gatekeeper* sebagai penyaring awal sebelum pendengar mengudara atau *on air*, diharapkan dengan saringan awal ini akan minimalis hal hal yang tidak diinginkan didalam pelaporan warga secara *on air*.

Peran penyiar disini tidak hanya sebagai penyampai saja melainkan juga sebagai reporter disini penyiar dituntut mengerti dan paham mana kala warga didalam menyampaikan laporan terjadi pelencengan maka penyiar wajib untuk menuntun atau menghentikan apabila terlalu melenceng disini peran penyiar sangat menentukan berlangsungnya *civic journalism* di radio.

Terlebih lagi pembentukan isu yang ada di radio adalah dari SS sendiri sedangkan sumber dari isu yang di sampaikan SS bisa berasal dari mana saja seperti yang Yoyong katakan isu itu sumbernya bisa dari mana saja, bisa dari laporan pendengar, media massa lain baik cetak, elektronik dan internet, kantor berita dalam maupun luar dan reporter dan para kru SS. Namun yoyong mengatakan walaupun sumber dari mana saja isu tetap yang membuat media kalau ada peristiwa diluar saja menurut pandangan khalayak baik namun kalau isu itu tidak di angkat di SS maka pandangan khalayak pun tidak akan menarik.

B. Konfirmasi Temuan dengan Teori

Setiap kejadian atau isu diberi bobot tertentu dengan panjang penyajian (ruang dalam surat kabar, waktu pada televisi dan radio) dan cara penonjolan (ukuran judul, letak pada surat kabar, frekuensi pemuatan, posisi dalam surat kabar). Werner J. Severin dengan James W. Tankard mengutip pendapat Kurt Lang dan Gladys Engel Lang tentang agenda setting bahwa media massa mengarahkan perhatian khalayak kepada isu-isu tertentu. Media massa secara

teratur dan berkesinambungan mengarahkan dan mempengaruhi tiap individu pengkonsumsi media untuk berpikir, mengetahui, dan mempunyai perasaan tertentu terhadap suatu obyek (*should think about; know about; have feeling about*).¹

Asumsi-asumsi ini menunjukkan bahwa ketika media memberikan penonjolan dengan teknik-teknik tertentu terhadap pemberitaan tentang sesuatu obyek, berarti media hendak membentuk persepsi khalayak bahwa isu tersebut merupakan hal yang penting. Jika surat kabar memberitakan suatu peristiwa atau seorang tokoh di halaman depan dengan ukuran headline yang besar, apalagi dilakukan secara terus-menerus dalam jangka waktu tertentu, maka khalayak akan beranggapan bahwa peristiwa atau tokoh tersebut penting untuk disimak atau diketahui.

Berdasarkan hasil temuan dilapangan tentang penerapan *civic journalism* di radio, peneliti setuju dengan teori agenda setting apa yang disebut sebagai agenda media menjelaskan bahwa media massa memiliki kegiatan menyusun, memunculkan isu, dan menempatkan isu tersebut dengan tujuan untuk mempengaruhi apa yang dianggap penting oleh khalayak. Asumsinya adalah bahwa media massa menyaring berita, artikel, atau tulisan yang akan disiarkannya. Secara selektif, “*gatekeepers*” seperti penyunting, redaksi, bahkan wartawan sendiri menentukan mana yang pantas diberitakan dan mana yang harus disembunyikan.

¹ Werner J. Severin - James W. Tankard, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Prenada Media, 2005) hal. 274

Dalam pemberitaan di Radio Suara Surabaya penerapan agenda setting juga terlihat dari keterlibatan *gate keeper*. Dimana peran *gate keeper* tidak hanya sebagai penerima telepon saja, namun lebih dari itu *gate keeper* juga berfungsi untuk menyaring informasi yang masuk dari khalayak pendengar. Yang mana dalam hal ini bertujuan untuk meminimalisir kesalahan yang telah disampaikan pendengar.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dengan pandangan tentang konsep *Civic journalism* di radio adalah sebuah konsep dimana pendengar sebagai khalayak tidak lagi sebagai pendengar pasif melainkan sebagai aktif didalam penyampaian berita informasi, konsep jurnalisme interaktif yang dijalankan Suara Surabaya sesuai dengan konsep *civic journalism* yang mana konsep ini sama-sama melibatkan khalayak pendengar didalam penyampaian beritanya.
2. Strategi yang digunakan SS dalam pelaksanaan *civic journalism* tidak serta merta informasi yang disampaikan khalayak pendengar harus layak mengudara semua, namun SS menggunakan strategi dimana adanya gate keeper sebagai penyaring awal atas informasi yang disampaikan masyarakat, apakah informasi tersebut layak untuk mengudara ataupun tidak.

B. Saran

Sesuai dengan manfaat dari diadakannya penelitian lapangan ini yang diantaranya adalah sebagai salah satu referensi bagi lembaga yang bersangkutan untuk merumuskan kebijakan yang tepat serta meningkatkan

kwualitas pelayanan dan kinerjanya, maka peneliti dalam hal ini memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Radio Suara Surabaya sebagai radio yang menerapkan konsep *civic journalism* dimana pendengar dipandang tidak lagi menjadi obyek pemberitaan namun pendengar dipandang sebagai subyek dalam penyampai informasi, untuk itu penerapan *gate keeper* sangat penting.
2. Disamping itu Suara Surabaya harus terus mengembangkan teknologi komunikasi hal ini didasarkan, radio adalah media komunikasi massa dimana media itu terus berkembang seiring dengan perubahan jaman dan perkembangan khalayak.

DAFTAR PUSTAKA

Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Gadjah Belang

- Jl. Jemur Wonosari Lebar No. 24 ☎ 031 - 8433407
- Gebang Lor No. 5 ☎ 031 - 5953789

DAFTAR PUSTAKA

- Ari R. Maricar, Kebijakan dan Prosedur Pemberitaan di Radio, makalah dipaparkan pada Diskusi Jurnalisme Radio (Kediri: PC. PRSSNI Wilayah III Jawa Timur, 1994) 10 Agustus.
- Asep Saeful Muhtadi, *Jurnalistik Pendekatan Teori dan Praktek*, Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1999.
- Dewi H. Soedarsono, "Peranan Program Siaran Radio Suara Suarabaya FM Dalam Perkembangan Opini dan Prilaku Khalayak Pendengar", Tesis, Program Pascasarjana Universitas Padjajaran bandung, 1999.
- Errol Jonathans, *Politik dan Radio*, Jakarta: Friedrich Nauman Stiftung 2000.
- , *Radio dan Pemilu 2004*, Jakarta: Friedrich Nauman Stiftung 2004.
- , *Socrates di Radio*, Yogyakarta: Gong Plus 2006.
- Harley Prayudha, *RadioPenyiar It's Not Just Talk*, Surabaya: Banyumedia Publishing, 2006.
- Hikmat dan Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik Teori dan Praktek*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya 2006.
- Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2000.
- Masduki, *menjadi Broadcaster profesional*, Bandung: Pustaka populer, 2003.
- , *Regulasi Penyiaran*, Yogyakarta: PT LKiS Pelangi Aksara 2007.
- Majalah Mossaik *Kelana Kota Dua Dasawarsa yang Melegenda*, Juni 2003.
- Onong Uchyana Efendi, *Radio Siaran, Teori dan Praktek*, Bandung: Alumni. 1978.
- , *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 1993.
- , *Ilmu komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006.

Pepih Nugraha. *Kita Semua Wartawan* <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0605/15/teropong/2652478.htm>

Phil Astrid Susanto. *Komunikasi dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Bina Cipta. 1982.

Quail Mc Denis, *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga. 1987.

Sam Abede Pareno, *Media Massa antara Realitas dan Mimpi*. Surabaya: Papyrus. 2005.

Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta 2006.

Suroso, *Menuju Pers Demokratis*. Yogyakarta: LSiP Candi Gebang permai 2001.

Tri Martha Herawati, Tesis Tipologi Pendengar Radio News Interaktif . Studi Tipologi Khalayak Pendengar Radio Suara Surabaya). Program Pasca Sarjana Universitas Airlangga. 2006

Warner J. Severin, James W. Tankard, *Teori Komunikasi Sejarah Metode & Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Prenada Media 2005.

<http://www.pikiran-rakyat.com/cetak/2007/112007/01/kampus/obrolan.htm>.

http://ekawenats.blogspot.com/2007_01_01_archive.htm

<http://www.wikimu.com/News/DisplayNews.aspx?id=2015>

<http://www.kompas.com/kompas-cetak/0605/15/teropong/2652478.htm>

History radio Suara Surabaya. <Http://www.kampungmedia.com/>