

# **RADIO KOMUNITAS: Media Alternatif Untuk Pemberdayaan Perempuan**

*Ismahfudi MH\**

## **Abstract**

*Radio is the most popular medium for communication among common people. It is cheap, yet it is efficient and effective to reach lay communities. It does not require high technology or sophisticated theories, but it has high flexibility to use for interaction among people. The creation of community radio among women will potentially serve their interests for women empowerment, for proliferating justice values and equality, learning democratic practices which use a gender perspective.*

**Keywords:** Radio Komunitas, Gender, Pemberdayaan Perempuan

## **I. Pendahuluan**

Salah satu media komunikasi yang paling akrab dengan khalayak adalah radio. Jangkauannya yang luas menjadikan radio tidak saja dapat dinikmati di kota-kota saja, tapi sampai pelosok pedalaman. Radio ibarat ruang terbuka yang tidak pernah sepi dari aktifitas. Sehingga ia tidak pernah habis untuk dikupas dari berbagai sudut pandang. Radio telah begitu mengakar di benak masyarakat sebagai media dengan banyak fungsi. Sebagai media yang paling merakyat, radio telah menjadi arena pertarungan kekuasaan sejak revolusi kemerdekaan hingga zaman reformasi di Indonesia. Namun, sampai saat ini ternyata belum banyak tulisan yang mengupas masalah tersebut. Karya ilmiah radio yang bertebaran di toko buku dan dipelajari di perguruan tinggi, kebanyakan bermuatan panduan praktis atau rekaman perkembangan teknologi penyiaran semata. Hal ini akibat kebijakan sistematis di masa lalu yang mengebiri peran sosial radio. Sebelum

---

\* Alumni UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

1998, radio tidak pernah dianggap signifikan sebagai agen perubahan sosial, radio dianggap *low media*, hanya sebagai media hiburan saja, sehingga iapun tidak mendapatkan perhatian dan kajian akademis yang mendalam.

Munculnya banyak stasiun radio di berbagai daerah, terutama radio yang dikelola oleh pemerintah atau Swasta, menunjukkan bahwa siaran radio dengan karakteristiknya masing-masing sangat diminati oleh masyarakat. Kondisi ini dimanfaatkan oleh beberapa orang atau kelompok biasanya tergabung dalam komunitas tertentu untuk membuat radio dan menjadikannya sebagai media alternatif untuk menyuarakan apa yang menjadi keinginan dan kepentingan komunitas tersebut. Sehingga tidak heran jika kemudian bermunculan radio-radio komunitas lainnya.

Radio Komunitas, mungkin kedengarannya masih terasa asing. Ini bisa dimaklumi sebab masyarakat lebih mengenal Radio Pemerintah atau Radio Swasta ketimbang Radio Komunitas. Dalam konteks Indonesia, menurut Mario Antonius Birowo dan Imam Prakoso,<sup>1</sup> Radio Komunitas belum tercatat dalam sejarah. Istilah Radio Komunitas baru dikenal sejak adanya advokasi RUU Penyiaran awal tahun 2000-an. Oleh karena itu, tidak heran jika Radio Komunitas banyak mendapatkan julukan sebagai radio yang “bergerak dari bawah”, atau “memilih jalur kultural”. Meski demikian, dalam perkembangannya eksistensi Radio Komunitas ternyata sangat penting bagi masyarakat. Hal ini karena beberapa hal: *pertama*, pentingnya penyebaran informasi yang bermanfaat bagi masyarakat. *Kedua*, adanya ketimpangan distribusi siaran terutama bagi daerah-daerah terpencil dan wilayah yang tidak terjangkau siaran. *Ketiga*, penempatan Radio Komunitas sebagai media alternatif yang bebas dari kepentingan pemerintah dan pemodal.

Tulisan ini tidak akan membicarakan radio secara komprehensif, mengingat luasnya pembahasan. Penulis akan memfokuskan pada salah satu isu sentral yang mencuat sesudah reformasi 1998 berkaitan dengan radio, yaitu gagasan demokratisasi di radio yang mencakup urgensi penyiaran alternatif di luar penyiaran *mainstream*, dalam hal ini terwakili

---

<sup>1</sup> Mario Antonius Birowo dan Imam Prakoso, *sebagaimana dikutip Erlinus Thahar*, “Menyemai Gagasan Lewat Radio Komunitas”, dalam *Artikel Fahmina Institute*, 2006.

oleh radio komunitas dan urgensi perspektif sosial yang egaliter seperti kesetaraan gender dalam ranah siaran radio.

## II. Mengenal Radio Komunitas

Sebagaimana rumusan Jaringan Radio Komunitas Yogyakarta (JRKY), terdapat dua makna yang dilekatkan kepada komunitas,<sup>2</sup> yaitu geografis dan kepentingan. Makna Geografis, diukur menurut radius frekuensi yang dibatasi (maksimal 100 watts), sementara makna Kepentingan masih sulit diberi batasan sehingga sampai sekarang pun banyak memicu perdebatan yang tak berujung usai. Kategori “kepentingan” membingungkan karena sangat abstrak dan cepat berubah. Pilihan paling realistik ialah dengan memakai indikator geografis murni dan ini sesuai dengan batas maksimal *power* radio yang telah dirumuskan undang-undang.

Istilah Radio Komunitas mulai dikenal di Indonesia setelah jatuhnya Orde Baru tahun 1998 dan semakin populer ketika terjadi perdebatan soal perlunya revisi UU Penyiaran Nomor 24/1997. “Komunitas” adalah pilihan konvensional dari sejumlah penyebutan lain untuk radio yang berbasis lokal tersebut. Diantaranya terdapat istilah Radio Alternatif (*Alternative Radio*),<sup>3</sup> Radio Pendidikan (*Educational Radio*),<sup>4</sup> Radio Swadaya (*Voluntary Radio*)<sup>5</sup>, dan Radio Komunitas (*Community Radio*).<sup>6</sup>

---

<sup>2</sup> Secara teoritis komunitas terbentuk oleh dua hal: *pertama*, kesamaan lokasi dan status sosial, *kedua*, kesadaran kolektif untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu. Lihat Masduki, *Siaran Radio Komunitas: Panduan Produksi Siaran Untuk Pengelola* (Yogyakarta: Combine Resource Institution, 2002), 2-3.

<sup>3</sup> Alternatif dari dua model penyiaran *mainstream* yang hanya melayani propaganda negara (*state oriented*) dan melayani kepentingan pengusaha (*market oriented*) melalui radio.

<sup>4</sup> Antitesis dari kecenderungan radio yang hanya memberikan informasi sepihak dan menyuguhkan hiburan semata.

<sup>5</sup> Merujuk pada ciri khas radio ini yang mengandalkan sikap militansi, ketulusan dan independensi pengelolanya.

<sup>6</sup> Merujuk pada pemilikan dan wilayah orientasi yang melokal sebagai antitesis radio swasta yang meluas dan berjaringan. Istilah ini kemudian lebih sering dipakai karena lebih terasa santun dan akrab secara internasional ketimbang nama lain.

Berdasarkan Undang-undang No. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran, ada 3 tipologi radio di Indonesia, yaitu (1) radio siaran publik, (2) radio siaran komersial dan (3) radio siaran komunitas.<sup>7</sup> Untuk membedakan Radio Komunitas dengan radio publik, terdapat dua karakteristik, yaitu: *Pertama*, Radio komunitas melayani kepentingan komunitas yang secara geografis terbatas, sedang radio publik melayani kepentingan berskala besar yang secara geografis melingkupi seluruh wilayah nasional. *Kedua*, Radio komunitas, adalah badan hukum yang mengandalkan pemilikan, pendanaan dan pengelolaan dari komunitas itu sendiri, sedangkan radio publik memperoleh dukungan formal dari negara dari segi apapun.<sup>8</sup> Selanjutnya untuk membedakan Radio Komunitas dengan radio komersial juga terdapat dua karakteristik, yaitu: *Pertama*, segenap olah siar Radio Komunitas tidak bermaksud mencari keuntungan komersial sebagaimana radio komersial. *Kedua*, Radio Komunitas muncul atas inisiatif komunitas berdasarkan kebutuhan setempat sedangkan radio komersial dapat didirikan oleh individu yang mampu secara finansial.<sup>9</sup>

Berikut tabel sederhana untuk menggambarkan perbedaan karakteristik antara Radio Komunitas dengan Radio Publik dan Radio Komersial:

Karakteristik	Radio Komunitas	Radio Publik
<b>Tipe Khalayak</b>	Spesifik	Umum
<b>Wilayah Siaran</b>	Lokal	Nasional
<b>Sifat Kepentingan</b>	Primordial	Universal

  

Karakteristik	Radio Komunitas	Radio Komersial
<b>Tujuan</b>	Non-Profit	Profit
<b>Keputusan</b>	Ditentukan pengelola	Ditentukan pemilik
<b>Pemilikan</b>	Kolektif	Individu

<sup>7</sup> Lihat Undang-undang No. 32 tahun 2002, pasal 13 dan 21-24.

<sup>8</sup> *Ibid.*

<sup>9</sup> *Ibid.*

Eksistensi Radio Komunitas merupakan perkembangan terpenting dari empat perkembangan radio yang bervisi demokrasi paska runtuhnya rezim Soeharto. Dengan kata lain, Radio Komunitas hadir sebagai alternatif penyiaran yang lebih populis dan jauh dari pretensi manipulasi kepentingan oleh pengelola. Munculnya Radio Komunitas di Yogyakarta, Bandung dan Jakarta hampir selalu berkaitan dengan organisasi kerukunan warga yang sebelumnya telah ada, baik inisiatif internal melalui serangkaian pertemuan maupun intervensi eksternal misalnya melalui LSM. Disadari atau tidak, radio komunitas sudah dan akan menjadi pemain baru dalam konstelasi radio siaran, meskipun ia masih menghadapi sejumlah kendala manajerial dan kualitas SDM yang amat serius.<sup>10</sup>

Perkembangan Radio Komunitas di Indonesia kian hari kian bertambah pesat. Berbagai komunitas telah menjadikan radio sebagai alternatif<sup>11</sup> untuk menyampaikan tujuannya sekaligus menyuarakan aspirasi dari komunitas dan lingkungan sekitarnya. Sampai saat ini, belum ada data yang akurat berapa jumlah Radio Komunitas di Indonesia, namun diperkirakan berjumlah sekitar 680 stasiun,<sup>12</sup> seperempatnya lebih sudah aktif berposisi sebagai “ruang publik”. Meski berada di tengah ancaman *sweeping*, Radio-radio Komunitas itu tetap bertumbuh dan berkembang dengan pesatnya.

Saat ini, bermunculannya Radio Komunitas di berbagai daerah memang wajar, karena radio komunitas adalah suatu stasiun radio yang dioperasikan

---

<sup>10</sup> Sebagaimana disampaikan peneliti Radio Komunitas asal Belanda DR. Edwin Jurriens dalam paparan ceramahnya di AKINDO Yogyakarta Agustus 2002.

<sup>11</sup> Hal ini tidak saja terjadi di Indonesia, di Amerika Serikat, sebagaimana dicatat oleh James B. McGrath, sejak tahun 1970-an terdapat lebih dari 750 radio non-commercial yang dilisensi *Federal Communication Commission* sebagai “radio pendidikan”. 75 persen radio dikelola institut dan universitas, sisanya oleh lembaga keagamaan, LSM dan komunitas lokal tertentu. Selain mendorong perkuliahan dan segala aktifitas akademis di kampus (*laboratory for training in broadcast practices*), radio jenis ini juga menjadi ruang publik yang memperdebatkan isu kebudayaan dan politik aktual di masyarakat. Tiap orang berbicara dan mengemukakan solusi dalam suasana dialogis dan interaktif. Lihat James McGrath, *The Radio Format Conundrum* (University of Columbia, USA, 1972), 37-39.

<sup>12</sup> Sebagaimana dalam catatan yang dikutip Erlinus Thahar, “Menyemai Gagasan Lewat Radio Komunitas”, dalam *Artikel Fahmina Institute*, 2006.

di suatu lingkungan, wilayah atau daerah tertentu yang diperuntukkan khusus bagi warga setempat, berisi acara dengan ciri utama informasi daerah (*local content*) setempat, diolah dan dikelola warga setempat.<sup>13</sup> Wilayah yang dimaksud bisa didasarkan atas faktor geografi (kategori teritori kota, desa), wilayah kepulauan, bisa juga berdasarkan kumpulan masyarakat tertentu yang bertujuan sama dan karenanya tidak harus tinggal di suatu geografis tertentu. Anggota radio komunitas adalah individu dan institusi lokal yang menjadi sumber daya pendukung operasional. Radio komunitas umumnya bertenaga *transmitter* rendah antara 20-100 *watts*, didukung dengan peralatan yang sesuai kebutuhan untuk itu.<sup>14</sup>

Radio Komunitas dapat didirikan berdasarkan beberapa hal pokok, yaitu: *Pertama*, jaminan keberadaan komunitas secara permanen di lingkup batas geografis tertentu yang bersedia aktif dalam mengelola radio secara mandiri. *Kedua*, peluang partisipasi tiap individu di komunitas secara setara baik dalam pemilikan, produksi siaran maupun selaku pihak pendengar yang harus terlayani hak dan kepentingannya. Memang harus diakui bahwa makin luas cakupan geografis siaran radio semakin banyak pula individu yang terlayani sebagai konsumen. Akan tetapi pada saat bersamaan peluang partisipasi aktif individu semakin kecil, *covering* isu-isu lokal makin tidak merata dan komprehensif karena berlaku sistem seleksi berdasarkan prioritas. Radio yang luas cakupan siarannya akan cenderung elitis dan makin sulit dikontrol oleh tiap individu pendengar. Sebaliknya radio yang terlalu kecil *power* siarannya juga tidak efisien. Penentuan tinggi rendahnya *power*, besar kecilnya cakupan wilayah siaran selain berdasarkan kemampuan finansial juga mempertimbangkan karakter komunitas yang akan

---

<sup>13</sup> Definisi ini disampaikan oleh Louie N. Tabing, ahli Radio Komunitas dari Filipina. Lihat Louie N. Tabing, *Stasiun Radio Komunitas, Sebuah Petunjuk Teknis* (Jakarta: LSPP dan Kedutaan Besar Denmark, 2000), 4. Sementara menurut Badan PBB UNESCO, Radio Komunitas adalah radio yang dioperasikan di komunitas, untuk komunitas, tentang komunitas dan oleh komunitas itu sendiri. Komunitas dapat diacu berdasarkan kesamaan geografis atau minat yang sama di antara sekelompok orang. Lihat Colin Fraser, *Buku Panduan Radio Komunitas* (Jakarta: UNESCO Jakarta Office, 2001), 11-12.

<sup>14</sup> Louie N. Tabing, *Stasiun Radio Komunitas, Sebuah Petunjuk Teknis* (Jakarta: LSPP dan Kedutaan Besar Denmark, 2000), 21.

dilayani dan jaminan bahwa tiap individu dapat terlayani kepentingannya selaku pemilik, pendengar aktif atau pelaksana siaran.

Berkaitan dengan Radio Komunitas ini, dalam konteks sosial terdapat beberapa karakteristik. *Pertama*, Radio Komunitas berskala lokal, terbatas pada komunitas tertentu. *Kedua*, Radio Komunitas bersifat partisipatif atau memberi kesempatan setiap inisiatif anggota komunitas tumbuh dan tampil setara sejak proses perumusan acara, manajerial hingga pemilikan. *Ketiga*, teknologi siaran yang dipergunakan sesuai dengan kemampuan ekonomi komunitas bukan bergantung pada intervensi pihak luar. *Keempat*, Radio Komunitas dimotivasi oleh cita-cita tentang kebaikan bersama dalam komunitas bukan mencapai tujuan komersial. *Kelima*, selain mempromosikan masalah-masalah krusial bersama untuk dicarikan solusinya, dalam proses siaran Radio Komunitas harus bisa mendorong keterlibatan aktif komunitas dalam proses perubahan sosial-politik.<sup>15</sup>

Berdasarkan karakteristik ini, maka prinsip dasar pengelolaan Radio Komunitas adalah partisipasi<sup>16</sup> atau keikutsertaan dari komunitas itu sendiri. Partisipasi dalam interaksi akan membuat pendengar bersemangat menyimak acara siaran, penyiar juga merasa mendapatkan penghargaan dan stasiun radio-pun menjadi radio komunitas dalam praktek yang sesungguhnya.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Lihat penjelasannya dalam buku Louie N. Tabing, (1) *Stasiun Radio Komunitas, Sebuah Petunjuk Teknis*, (2) *Siaran Radio di Kampung, Panduan Produksi Siaran Radio Komunitas*, (3) *Pedoman Perilaku, Panduan Bagi Pengelola Radio Komunitas*. Ketiganya diterbitkan oleh Penerbit LSPP dan Kedutaan Besar Denmark Jakarta, 2000.

<sup>16</sup> Partisipasi mencakup tiga wilayah siaran. *Pertama*, pembuatan program, sebisa mungkin pihak pengelola Radio Komunitas menyertakan pendengarnya sebagai pembuat acara sejak perencanaan hingga pengemasan. Seperti dengan mengikutsertakan pendengar menjadi programmer, penyiar, pewawancara dan menjadi pihak yang diwawancarai. *Kedua*, partisipasi individu dan kelompok sebagai pembawa acara atau penyiar. Siaran radio dapat menjadi titik temu antarwarga dibimbing secara teknis oleh pengelola stasiun. *Ketiga*, partisipasi individu dalam evaluasi acara, di sini selain menerima surat pendengar setiap harinya, pengelola juga dapat memaksimalkan telepon interaktif untuk memperoleh masukan dan kritik, serta menggelar diskusi terbatas dengan peserta terpilih dalam periode tertentu. Lihat Colin Fraser, *Buku Panduan Radio Komunitas* (Jakarta: UNESCO Jakarta Office, 2001), 32-35.

<sup>17</sup> Colin Fraser, *Buku Panduan Radio Komunitas* (Jakarta: UNESCO Jakarta Office, 2001).

Selain partisipasi komunitas, hal penting lainnya yang perlu dalam pengelolaan Radio Komunitas adalah Penyiar. Harus diakui bahwa penyiar adalah ujung tombak “pertandingan” siaran Radio Komunitas. Memilih figur penyiar kerap kali dianggap mudah sehingga dilakukan secara sembarangan, namun bisa juga menjadi persoalan yang sulit hingga membutuhkan pertimbangan dan waktu yang tidak singkat. Selama ini pertimbangan yang sering dipakai dalam pemilihan penyiar Radio Komunitas adalah siapa yang bersedia bekerja sukarela dan perwakilan dari kelompok-kelompok strategis dalam komunitas. Pertimbangan ini tentu saja tidak cukup. Karena jiwa sukarela akan mengalami fluktuasi dan penguasaan perwakilan bisa berganti dalam waktu yang begitu cepat tanpa bisa disesuaikan dengan kebutuhan konsistensi dan kontinuitas pengelolaan siaran. Ada baiknya pengelola mempertimbangkan beberapa aspek penting berkaitan dengan pemilihan penyiar Radio Komunitas, di antaranya: *Pertama*, Kemampuan vokal bertutur secara hidup, otentik dan jernih. *Kedua*, Kemampuan mengoperasikan peralatan pendukung siaran. *Ketiga*, Kemampuan menyeleksi dan merangkai sajian musik. *Keempat*, Kemampuan reportase dan menyajikan berita yang kritis.<sup>18</sup> Hal ini penting agar nantinya didapatkan profil penyiar yang ideal.

Terakhir, agar semakin meningkat, maju dan sesuai dengan harapan para pendengarnya, Radio Komunitas perlu dievaluasi, terutama yang meliputi sisi kemasan acara (pembuka-penutup, efek dan kontrol suara, durasi), dan sisi materinya (pemerataan sumber interaksi, konteks topik dengan realita kebutuhan pendengar, pendekatan komunikasi yang dipakai, kapabilitas aktor-aktor yang terlibat). Selain itu, evaluasi keberadaan stasiun juga perlu dilakukan.<sup>19</sup> Apabila evaluasi telah dilakukan dengan baik, niscaya Radio Komunitas tidak hanya sebagai media alternatif, tapi akan menjadi kebutuhan yang selalu dinantikan oleh para pendengar (komunitas)nya.

---

<sup>18</sup> Masduki, *Siaran Radio Komunitas: Panduan Produksi Siaran Untuk Pengelola* (Yogyakarta: Combine Resource Institution, 2002), 36-38.

<sup>19</sup> Colin Fraser, *Buku Panduan Radio Komunitas* (Jakarta: UNESCO Jakarta Office, 2001), 62-63.



### III. Bias Gender Siaran Radio

Menurut Yasraf Amir Piliang, sosiolog ITB, perempuan lewat iklan biasanya direpresentasikan secara verbal dan auditif sebagai *the second sex*, lemah, pasif, obyek penderita di bawah hegemoni perilaku laki-laki. Produser iklan dan presenter secara nyaris sempurna menempatkan problema domestik keluarga dan perempuan sebagai komoditi komersial yang dibangun berlandaskan ideologi patriarkhi. Selain melalui iklan komersial, upaya itu, ironisnya, juga disampaikan secara halus dalam “iklan layanan masyarakat”.

Pernyataan ini menunjukkan bahwa pada umumnya iklan radio merujuk kepada bias gender. Penyebutan kata-kata atau kalimat yang bias gender bahkan ditempatkan sebagai *setting* cerita sentral, yang mengusung persepsi bahwa “perempuan selalu menjadi korban”. Tidak hanya dalam ranah publik, penyajian iklan radio yang bias gender dalam ranah domestikpun sering terjadi, seakan makin melanggengkan mitos, bahwa setiap persoalan dalam rumah tangga perempuan-lah sumber penyebabnya, dan perempuan pulalah yang paling harus bertanggungjawab dan mengambil prakarsa untuk menyelesaikannya.

Parahnya, kondisi ini masih ditambah dengan ketidaktahuan presenter akan adanya bias gender dalam iklan radio ini, sehingga melalui ekspresi emosi yang diwujudkan presenter melalui intonasi vokal yang sangat menarik, yang sebenarnya justru kian menunjukkan bahwa perempuan memang selalu bersikap emosional, dan sikap itu dianggap sesuatu yang “lumrah” bagi mereka. Presenter tidak berusaha mencitra perempuan sebagai pihak yang rasional, mandiri, aktif bukan reaktif dan melakukan tindakan dengan penuh kehati-hatian.

Apabila dikaji lebih mendalam, terdapat beberapa akar masalah yang biasanya muncul sebagai bias gender dalam siaran radio. *Pertama*, lingkungan sosial-budaya yang patriarkhis, broadcaster secara sadar atau tidak menjadi “penyambung lidah”-nya, *kedua*, faktor internal radio yang secara kultural, teknologis dan historis diciptakan dari iklim patriarkhis. Untuk mengatasi adanya bias gender akibat kedua permasalahan di atas, maka dapat dilakukan langkah-langkah berikut:

1. *Affirmative Action*, kebijakan non-diskriminasi dan prioritas perempuan dalam mengisi posisi strategis di radio.
2. Mendorong pluralitas pemilikan dan orientasi pengelolaan institusi dan program siaran siaran.
3. Menghilangkan pola pikir individual broadcaster yang bias gender melalui berbagai pelatihan.
4. Memperkuat akses kontrol publik melalui *radio watch*.<sup>20</sup>

Jika langkah-langkah solusi ini diterapkan, jika tidak dapat menghilangkan secara keseluruhan, paling tidak mampu mengurangi terjadinya bias gender dalam siaran radio.

#### IV. Radio Komunitas Perempuan

Sebagai media publik paling murah, merakyat dan tercepat, kekuatan radio melebihi media lain apalagi jika ditambah dengan kekuatan imajinasi dari setiap program yang mengudara. Selama tahun 1988-1997 prestasi di dunia kreatif periklanan media di dominasi oleh karya iklan radio.<sup>21</sup> Tidak hanya itu, program fiksional radio seperti obrolan dan sandiwara pun telah mampu mengikat telinga jutaan pendengar dan mengilhami program serupa di layar kaca.

Kelebihan radio sebagai media massa (*mass media*) ini kemudian dilirik lembaga-lembaga sosial seperti LSM untuk diajak bekerjasama menyebarluaskan perspektif sosial di antaranya program kesetaraan gender. Pilihan terhadap radio seiring dengan prinsip, kampanye apapun menargetkan sasaran khalayak yang bersifat massal, tetapi dengan pendekatan lokalitas yang kental. Dan untuk di Indonesia, sementara ini baru radio yang bisa memenuhi kebutuhan tersebut. Jangkauan siaran radio yang luas dengan ukuran fisik yang fleksibel membuatnya mudah dibawa ke mana saja. Sehingga pesannya bisa disimak kapanpun, dalam situasi apapun,

---

<sup>20</sup> Masduki, *Siaran Radio Komunitas: Panduan Produksi Siaran Untuk Pengelola* (Yogyakarta: Combine Resource Institution, 2002), 40.

<sup>21</sup> *Ibid.*

dimana saja. Sebelum dan sesudah 1998, radio adalah media paling kental bias gendernya, para awak siar tergolong paling dingin ketika diminta merespon gerakan kesetaraan gender. Bagaimana dengan radio komunitas?

Apabila ditelusuri sejarahnya, siaran-siaran radio berbasis komunitas sebenarnya, secara *de facto* sudah lama ada di Indonesia. Hanya kategorisasinya berbeda yaitu penyiaran amatir atau penyiaran terbatas.<sup>22</sup> Kini, model penyiaran amatir itu bisa disaksikan di berbagai kampus dan kelurahan, yang dikelola para mahasiswa dan warga dengan dukungan penuh pimpinan kampus setempat atau aktifis LSM. Tidak hanya itu, sebagian radio amatir tersebut juga telah mengantongi izin operasi radio komersial sebagai “strategi bertahan” apabila suatu saat terdapat UU yang ada belum/tidak merestui radio amatir beroperasi.

Sejarah mencatat, bahwa di Indonesia tidak pernah tercatat ada radio amatir yang dikelola secara profesional kecuali yang kemudian berpindah jadi radio komersial. Hal ini menjadikan citra radio amatir di Indonesia nampaknya benar-benar amatir. Dengan kata lain, radio amatir benar-benar “amatir” alias isi dan pengelolaannya *sebrono*. Ia identik dengan “radio porno”, radio berkala, kala siaran kala tidak tergantung *mood* pengelola. Padahal, seharusnya, radio amatir merupakan cikal bakal radio komunitas.<sup>23</sup> Siaran radio amatir cenderung *follower*, bahkan “menduplikat” materi yang sudah berkembang di radio komersial, sehingga apresiasi pendengarnya pun tak sebanding dengan radio dengan radio komersial. Karena tak jelas perspektif yang dianut dan pada siapa tujuan siarannya.

Sebenarnya, mendirikan stasiun radio komunitas adalah keputusan politis yang harus muncul dari komunitas setempat, bukan berdasarkan kepentingan dari pihak ketiga seperti LSM atau mitra donor internasional.

---

<sup>22</sup> Tahun 1945 Bung Tomo berteriak MERDEKA melalui radio amatir di Surabaya yang kemudian menjadi RRI. Kemudian, tahun 1966 aktifis seperti Arief Budiman melakukan “gerakan makar di udara” lewat radio amatir di sebuah rumah dekat kampus UI Salemba.

<sup>23</sup> Realitas ini tentu berlawanan dengan kondisi radio amatir di luar negeri, karena radio amatir di luar negeri berpengaruh secara politis ketimbang jenis radio lain. Di Filipina misalnya, radio amatir ikut andil dalam menumbangkan rezim Ferdinan Marcos. Lihat Colin Fraser, *Buku Panduan Radio Komunitas* (Jakarta: UNESCO Jakarta Office, 2001), 56.

Sebagai sebuah keputusan politis, partisipasi semua warga kampus atau kampung laki-laki dan perempuan menjadi syarat utama agar kehadiran stasiun itu mencapai kualitas *sense of belonging* yang memadai. Di Indonesia, pada umumnya kelahiran Radio Komunitas hingga 2002 masih “prematur”. Karena tidak berdasarkan keputusan dan kebutuhan suatu komunitas, tetapi lebih karena kepentingan akademis dan politis pengelola yang bukan representasi murni dari komunitas setempat.

Persoalan lainnya yang sering timbul adalah adanya bias gender dalam Radio Komunitas. Gagasan pendirian hingga operasionalisasi radio komunitas memposisikan perempuan hanya sebagai operator kegiatan siaran, bukan pengambil keputusan. Radio komunitas masih belum signifikan terhadap pemberdayaan perempuan karena sejak berdiri hingga penentuan segmentasinya mengikuti “logika radio komersial”, kaum perempuan hanya jadi obyek bukan subyek dalam kelembagaan. Kalau begitu, perlukah didirikan Radio Komunitas Perempuan?

Gagasan mendirikan Radio Komunitas Perempuan didasari atas beberapa pertimbangan. *Pertama*, secara kuantitas radio jenis itu belum ada. *Kedua*, realitas dalam sebuah komunitas kampus dan komunitas kelurahan, perilaku bias gender dominan. Berbeda dengan konsep *female radio* yang berkembang pada radio komersial, radio komunitas perempuan bukan adopsi konsep dengan sekedar menggeser ke *female community radio*. Radio female adalah medium penyempurna dominasi kuasa laki-laki atas perempuan dengan menempatkan perempuan sebagai figur “ibu rumah tangga yang baik”, konsumtif, perempuan sebagai pasar dan seterusnya. Radio komunitas perempuan antitesis dari itu, karena pengelolanya telah memiliki perspektif gender terlebih dahulu.

Radio-radio komunitas seperti ini hadir dalam kerangka pemberdayaan komunitas (*Community Empowering*), tidak sekedar implementasi wacana tentang siaran alternatif pasca penyiaran komersial dan penyiaran publik yang dikuasai pemerintah. Ia adalah implementasi spirit untuk mewadahi gerakan desentralisasi kekuasaan yang masih melembaga di elit masyarakat komunitas. Sentralisasi kekuasaan pada elit komunitas, sentralisasi kekuasaan pada jenis kelamin laki-laki atau ketergantungan pada sifat laki-

laki sebagai *ikon* meraih kekuasaan harus mendapat gugatan dalam berbagai siaran radio komunitas terutama yang bervisi sebagai radio untuk kaum marginal. Radio komunitas perempuan bukan selalu berarti radio yang dikelola oleh dan untuk perempuan dalam suatu komunitas. Tapi radio yang segala olah siarannya diwarnai spirit memberdayakan kelompok marginal dan perempuan adalah kelompok yang pas untuk itu. Apabila hal ini terjadi, maka Radio Komunitas Perempuan akan memiliki signifikansi yang lebih baik.<sup>24</sup>

Selain itu, berbagai siaran radio Komunitas perempuan yang bermuatan isu kesetaraan laki-laki dan perempuan dapat diinterpretasikan sebagai gerakan sosial menjadikan radio siaran sebagai media yang lebih bermakna secara sosial dalam proses perubahan perilaku pendengar. Melalui pelatihan reguler, seminar, penerbitan buku dan talkshow, diperkenalkan berbagai konsep beserta aplikasi kesetaraan dalam kehidupan bermasyarakat, fakta-fakta sosial yang mengandung keberpihakan kepada golongan tertindas dalam struktur sosial-ekonomi dan politik. Dua target yang ingin dicapai dari aktifitas yang marak tersebut antara lain: *Pertama*, penyiaran program gender sebagai aplikasi bentuk tanggungjawab sosial (*social responsibility*) sebuah stasiun radio. *Kedua*, isu-isu kesetaraan gender itu sendiri dapat menjiwai semua lini kebijakan dalam manajemen radio.

## V. Media Alternatif Pemberdayaan Perempuan

Mempromosikan masalah-masalah komunitas agar bisa diketahui dan dapat dipecahkan bersama dalam komunitas merupakan salah satu tugas siaran Radio Komunitas. Dengan kata lain, acara siaran Radio Komunitas diolah dengan berbasis pada urgensi pemecahan masalah yang muncul dalam komunitas (*community based broadcasting*) bukan mencari-cari

---

<sup>24</sup> Sebagai contoh adalah sebuah radio yang dikelola *Christian Working Woman* (CWW) di Chicago AS bisa menjadi contoh. CWW adalah LSM perempuan yang mengelola radio berformat religi untuk perempuan. Dengan pendekatan religius, radio ini mendapat respon dan donasi penuh dari pendengarnya, yang diistilahkan sebagai *GODs people*. Siarannyapun bisa diakses lewat saluran internet (*online broadcasting*) oleh para pendengar di seluruh dunia.

masalah apalagi menimbulkan masalah baru. Sebaliknya, Radio Komunitas yang muncul berdasarkan masalah pribadi atau kelompok tertentu, umumnya bersifat elitis dan diyakini tidak akan bertahan lama karena minimnya dukungan mayoritas. Dalam konteks inilah, penentuan bagaimana sebuah acara dikemas dan kapan disiarkan harus dilakukan berdasarkan kesepakatan bersama, minimal pengelola radio yang ditunjuk memberitahukan secara periodik kinerja perencanaan acaranya.

Karena itu, siaran yang dilakukan benar-benar harus terencana dan terukur untuk menghasilkan karya siaran yang memenuhi target pendengar. Ada radio komunitas yang sudah mampu menghasilkan karya kreatif, tapi ada banyak yang masih ala kadarnya. Untuk dapat memproduksi siaran yang berkualitas, setidaknya terdapat tiga aspek penting yang harus dipenuhi, yaitu: *Pertama*, kemampuan intelektual meramu isu-isu komunitas ke dalam materi acara siaran, *kedua*, ketrampilan teknis memproduksi acara siaran, dan *ketiga*, tersedianya peralatan siaran yang sederhana tetapi memadai.<sup>25</sup>

Sebagai pertimbangan, produksi acara Radio Komunitas tidak selalu harus dilakukan di dalam studio, tetapi bisa pula di lapangan terbuka dan rumah salah satu warga, radio hanya menyiarkan hasilnya. Siarannya juga tak harus 24 jam, cukup dua jam tetapi didengar semua anggota komunitas.<sup>26</sup> Hal ini tentu sangat berbeda dengan siaran Radio pemerintah atau swasta pada umumnya.

Berbagai persoalan yang biasa disiarkan Radio Komunitas biasanya berupa isu-isu tentang:

1. Kesenjangan tingkat kesejahteraan ekonomi dan tingkat pendidikan termasuk fenomena kemiskinan.
2. Diskriminasi pengambilan keputusan, peradilan dan tersumbatnya peluang menduduki jabatan publik.

---

<sup>25</sup> *Ibid.*

<sup>26</sup> Sebagai contoh, dua radio yang tercatat sukses membuat paket siaran memikat adalah Radio Angkringan Yogyakarta dengan iklan pendidikan dan radio Abilawa Bandung dengan siaran perdamaianya.

3. *Bad Governance* : fenomena kolusi, korupsi dan nepotisme, melalui birokrasi yang panjang.
4. Problem kriminalitas: pencurian, perampokan dan pembunuhan serta kerusuhan antarwarga.
5. Kesehatan masyarakat: gizi, NARKOBA, kesetaraan pelayanan, soal penyakit menular.
6. Agama dan budaya: ritual, ibadah sosial, atraksi budaya, keharmonisan antar-ummat.
7. Feminisme dan ketidakadilan gender, dan lain-lain.

Khusus untuk persoalan yang terakhir (Feminisme dan ketidakadilan gender), tidak banyak Radio Komunitas yang seluruh siarannya mengupasnya, umumnya hanya pada program-program tertentu saja, bahkan ada juga yang hanya untuk selingan siaran. Namun beberapa Radio Komunitas lainnya, terutama yang dikelola pada aktivis perempuan, siaran-siarannya pada umumnya sudah berperspektif gender. Jika kenyataannya demikian, maka radio seperti ini adalah medium paling strategis untuk pemberdayaan masyarakat melalui penciptaan kondisi adil gender dan pemenuhan hak reproduksi yang adil bagi perempuan. Lewat penggunaan *brand name* radio perempuan atau radio komunitas perempuan, pengelola radio bersangkutan mestinya berpikir ulang bagaimana agar justru tidak jadi “bumerang” terhadap perempuan yang merupakan segmentasinya, mengukuhkan dominasi kaum laki-laki atas nama mengejar komersialisme. Kebijakan yang keliru dalam implementasi operasional radio perempuan, mengakibatkan bukan hanya kesalahan dalam menawarkan program yang empatik, tetapi berbuah antipati terhadap radio yang bersangkutan.<sup>27</sup>

Apabila hal ini dapat berjalan dengan baik, maka bukan mustahil segera tercipta masyarakat perempuan yang kritis terhadap radio sebagai

---

<sup>27</sup> Riset membuktikan, selain di sektor program *on air*, pada struktur kelembagaan dan sistem rekrutmen SDM radio, khususnya di Yogyakarta dan Jawa Tengah ditemukan pula model perlakuan bias gender. Pada pembagian waktu siaran, perempuan “dilarang” siaran malam, mengasuh acara tertentu yang dianggap “milik” laki-laki. Lihat Syamsul Hadi, sebagaimana dikutip Masduki, *Siaran Radio Komunitas: Panduan Produksi Siaran Untuk Pengelola* (Yogyakarta: Combine Resource Institution, 2002), 63.

media pemberdayaan mereka, sehingga *radio Female* akan jadi obyek sasaran kritik, seperti yang sudah terjadi pada media cetak. Antisipasi paling dini mesti dilakukan oleh pengelola, dengan melakukan *re-positioning* tanpa mengubah *brand name* radio Female. Radio perlu menjalin sinergi dengan berbagai LSM dan aktifis peduli gender, untuk merancang suatu format radio yang betul-betul (*the real*) Female. Misalnya dengan memposisikan radio sepenuhnya sebagai medium pemenuhan hak-hak dasar (*basic right*) perempuan, yaitu hak bersuara, mengeluarkan pendapat dan berorganisasi. Kemudian hak kesetaraan, berkompetisi dengan kaum pria di segala bidang, dalam pendidikan dan karir politik. Acara yang sebangun dengan *stereotype* perempuan bias gender, mestinya makin dikurangi, dengan cara memperkuat posisi tawar (*bargaining position*) pada pengiklan. Hal ini tentu memerlukan modal keberanian, seperti halnya keberanian memakai *brand name* Female. Jadi, bukan perempuannya saja yang perlu diberdayakan, radio perempuan yang diprediksi akan terus bertambah jumlahnya.

## VI. Kesimpulan

Radio sebagai alat komunikasi tampaknya masih bisa dioptimalkan karena penggunaan pesawat radio di berbagai kalangan masih tinggi. Untuk mendapatkan sebuah pesawat radio, khususnya radio transistor, tidak perlu mengeluarkan uang banyak, tergantung merek yang menjadi pilihan dan sekarang banyak handphone yang dilengkapi dengan pesawat radio. Artinya radio sebagai sebuah alat komunikasi adalah pesawat yang merakyat.

Dalam proses pendirian maupun siarannya, tarik ulur kepentingan kemungkinan besar tetap tak terhindarkan, namun bisa disiasati dengan kemasan acara yang memperhatikan kebiasaan, perilaku, kultur komunitasnya dan tak meninggalkan kaidah jurnalisme kemanusiaan yang damai. Di samping itu, soal lain dalam meneruskan gagasan radio komunitas itu diantaranya perlu proses pencarian aktor-aktor yang rela bergiat di radio komunitas atau kalau perlu diciptakan, sehingga melalui aktor-aktor ini eksplorasi problema komunitas bisa muncul dipermukaan dan jadi bahan pembicaraan di tingkat komunitas itu sendiri.



Begitu kompleks dan beragamnya problema komunitas seakan menjadi gambaran: begitu peliknya persoalan di masyarakat, ada pergulatan politik, sosial, ekonomi dan budaya yang berpengaruh pada kehidupan masyarakat dan komunitas-komunitasnya, yang seolah gagap akan perubahan dan dinamika berkehidupan.

Di sinilah pentingnya radio komunitas, menangkap apa yang dibutuhkan komunitas dan masyarakat dan kemudian menyuarakannya menjadi bahasa dan bahasan utama untuk menemukan solusi. Dengan segala kelebihannya, radio komunitas bisa menjadi jembatan bagi penguatan masyarakat sipil yang demokratis, yang peduli pada persoalan sosial dan masyarakat yang akan berkerjasama membangun sinergitas dengan penggerak masyarakat (*Community Organizer*) dalam menata kompleksnya problema komunitas dan masyarakat, sehingga penanganannya dengan perspektif yang kompleks dan beragam juga. Paling tidak ini jurus lain dari advokasi komunitas dan masyarakat, dengan radio komunitas sebagai senjata utamanya.

Radio Komunitas Perempuan juga hadir dalam kerangka pemberdayaan komunitas (*Community Empowering*), ia adalah implementasi spirit untuk mewadahi gerakan desentralisasi kekuasaan yang masih melembaga di elit masyarakat komunitas. Ia bukan selalu berarti radio yang dikelola oleh dan untuk perempuan dalam suatu komunitas, tapi radio yang segala olah siarannya diwarnai spirit memberdayakan kelompok marginal dan perempuan. Dan tentu saja siarannya senantiasa berperspektif gender.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fraser, Colin. *Buku Panduan Radio Komunitas*. Jakarta: UNESCO Jakarta Office, 2001.
- Jurriens, Edwin. *Ceramah Ilmiah*. Yogyakarta: AKINDO, Agustus 2002.
- Thahar, Erlinus. *Menyemai Gagasan Lewat Radio Komunitas*. Jakarta: Fahmina Institute, 2006.
- McGrath, James. *The Radio Format Conundrum*. USA: University of Columbia, 1972.
- Tabing, Louie N. *Pedoman Perilaku, Panduan Bagi Pengelola Radio Komunitas*. Jakarta: Penerbit LSPP dan Kedutaan Besar Denmark, 2000.
- \_\_\_\_\_. *Siaran Radio di Kampung, Panduan Produksi Siaran Radio Komunitas*. Jakarta: LSPP dan Kedutaan Besar Denmark, 2000.
- \_\_\_\_\_. *Stasiun Radio Komunitas, Sebuah Petunjuk Teknis*. Jakarta: LSPP dan Kedutaan Besar Denmark, 2000.
- Masduki, dkk., *Jurnalistik Radio di Kampus, Kumpulan Makalah Semiloka Dosen-Praktisi Radio*. Yogyakarta: Fisipol Universitas Atmajaya 31 Maret 2001.
- Masduki. *Jurnalistik Radio, Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*. Yogyakarta: LKiS, 2001.
- \_\_\_\_\_. *Siaran Radio Komunitas: Panduan Produksi Siaran Untuk Pengelola*. Yogyakarta: Combine Resource Institution, 2002.
- Undang-undang No. 32 tahun 2002, pasal 13 dan 21-24