



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

KERANGKA TEORI

2.1. Penelitian Terdahulu

Peneliti menggunakan dua penelitian yang serupa sebagai acuan referensi dalam melakukan penelitian ini. Penelitian tersebut adalah PENERAPAN KONSEP PARTISIPASI, AKSES, NON KOMERSIAL & LOKALITAS PADA RADIO MAHASISWA, karya Fauzan Dwi Raharjo, mahasiswa ilmu sosial dan ilmu politik, Universitas Indonesia, 2009 dan PENDEKATAN KOMUNIKASI PARTISIPASIF DALAM PRAKTIK JURNALISME WARGA DI RADIO KOMUNITAS (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF TENTANG PENDEKATAN KOMUNIKASI PARTISIPATIF DALAM PRAKTIK JURNALISME WARGA TERHADAP INFORMASI TANGGAP BENCANA DI RADIO KOMUNITAS LINTAS MERAPI), karya Benedikta Desideria, mahasiswi ilmu komunikasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2012.

Penelitian PENERAPAN KONSEP PARTISIPASI, AKSES, NON KOMERSIAL & LOKALITAS PADA RADIO MAHASISWA merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana radio komunitas di sebuah universitas dapat menerapkan konsep partisipasi dan akses yang berkaitan dengan mahasiswa, dan apakah radio komunitas menjadi media yang efektif bagi mahasiswa.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa konsep-konsep tersebut, yakni partisipasi, akses, non komersial, dan lokalitas diterapkan dalam sebuah radio komunitas di universitas. Dimulai dari proses rekrutmen dan seleksi setiap anggota radio hingga setiap konten informasi yang disiarkan, sesuai dengan empat konsep, dimana konsep tersebut merupakan ciri khas dari media komunitas. Penelitian tersebut juga membuktikan bahwa terdapat respon yang kurang aktif dari mahasiswa Universitas Indonesia sendiri terhadap radio komunitas di kampus tersebut. Pada penelitian yang dilakukannya, Fauzan menggunakan metode studi kasus dengan teknik wawancara mendalam.

Sedangkan penelitian yang kedua adalah PENDEKATAN KOMUNIKASI PARTISIPASIF DALAM PRAKTIK JURNALISME WARGA DI RADIO KOMUNITAS. Penelitian yang dilakukan oleh Benedikta merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang berfokus kepada jurnalisme warga di wilayah tersebut dan bagaimana informasi yang diberikan warga dapat membantu kru Lintas Merapi dalam memberikan fakta.

Sama seperti penelitian yang dilakukan Fauzan, Erfan dalam penelitiannya juga menggunakan metode studi kasus dengan teknik wawancara mendalam. Singkatnya, dua penelitian yang disebutkan, dirangkum dalam tabel berikut ini:

| | | |
|------------------------------|--|---|
| Peneliti | FAUZAN DWI RAHARJO (Ilmu Sosial dan Ilmu Politik) UNIVERSITAS INDONESIA 2009 | BENEDIKTA DESIDERIA (Ilmu Komunikasi) UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA 2012 |
| Judul Penelitian | PENERAPAN KONSEP PARTISIPASI, AKSES, NON KOMERSIAL & LOKALITAS PADA RADIO MAHASISWA | PENDEKATAN KOMUNIKASI PARTISIPASIF DALAM PRAKTIK JURNALISME WARGA DI RADIO KOMUNITAS (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF TENTANG PENDEKATAN KOMUNIKASI PARTISIPATIF DALAM PRAKTIK JURNALISME WARGA TERHADAP INFORMASI TANGGAP BENCANA DI RADIO KOMUNITAS LINTAS MERAPI) |
| Pendekatan Penelitian | Kualitatif | Kualitatif |
| Hasil | Peneliti menemukan bahwa | Peneliti menemukan bahwa |

| | | |
|--|---|---|
| | <p>terdapat banyak kelemahan dan juga kelebihan, sebuah radio komunitas khususnya radio mahasiswa dapat menerapkan empat konsep yakni partisipasi, akses, non komersial, dan lokalitas pada pendengarnya. Efektifitas radio komunitas yang berada di Universitas Indonesia ini bisa dibilang sepi partisipasan, berbeda dengan radio komunitas yang berada di Magelang. Salah satu penyebabnya karena sumber informasi di kota besar lebih beragam ketimbang di desa atau kota kecil.</p> | <p>sekalipun praktik jurnalisme warga dapat dilakukan, media tetap berperan sebagai penyaring informasi dan tidak boleh sembarangan menaikkan berita yang tidak akurat.</p> |
|--|---|---|

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

Dari kedua penelitian di atas, peneliti juga menggunakan metode penelitian studi kasus dengan teknik wawancara mendalam untuk mengetahui fungsi sebuah radio komunitas dalam mendukung mitigasi bencana.

Peneliti bermaksud melanjutkan keberhasilan dari penelitian terdahulu untuk mengungkapkan bahwa radio komunitas, meskipun dengan keadaan dan pendengar yang terbatas dan memberikan fungsi yang berbeda-beda bagi setiap pendengarnya, tetap memiliki kekuatan untuk mengudara dan membantu setiap pendengarnya untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, khususnya dalam mendukung mitigasi bencana.

2.2. Komunitas

Komunikasi dapat terjadi di mana saja, baik secara verbal atau langsung dan non verbal atau tidak langsung. Komunikasi juga dapat terjadi dalam dan melalui sebuah media komunitas.

Untuk itu sebelum membahas lebih jauh mengenai media komunitas, perlu diperdalam terlebih dahulu mengenai apa itu komunitas.

Sukanto (Dalam Rachmattie, 2007:71) menggunakan istilah masyarakat setempat untuk istilah komunitas, yang menunjuk kepada warga sebuah desa, kota, suku, atau bangsa yang hidup sedemikian rupa sehingga merasakan kelompok tersebut dapat memenuhi kepentingan hidup yang utama.

Jika dipandang dari sisi sosiologinya, konsep komunitas berhubungan dengan tempat manusia tinggal, bekerja, membesarkan anak, serta menjalankan aktivitas sehari-hari. Sosiolog membagi konsep komunitas secara garis besar ke

dalam tiga hal. Konsep pertama komunitas sinonim penjara, seperti organisasi keagamaan, kelompok minoritas, orang-orang dengan pekerjaan sama, bahkan organisasi militer. Kedua, konsep komunitas digunakan untuk menggambarkan moral atau fenomena spiritual. Ketiga, komunitas mengacu kepada organisasi sosial dan teritorial yang ada di dunia, yang juga bisa disebut sebagai desa, kota kecil, kota besar, atau area metropolitan (Poplin dalam Rachmiate, 2012:17). Setidaknya ada tiga elemen dalam komunitas, yaitu:

1. Area Geografis

Komunitas dilihat sebagai unit sosial. Ada sekelompok orang yang hidup dalam satu area geografis yang spesifik, atau dalam suatu tempat. Diperjelas lagi dengan dua hal yang turut memperjelas konsep ini, yaitu faktor teritori yang membantu untuk menggambarkan lokasi, keberagaman, dan ketekunan komunitas. Sedangkan yang kedua adalah anggota komunitas sendiri yang secara konstan menyesuaikan lingkungan teritori di mana mereka hidup.

2. Interaksi Sosial

Pada elemen ini, komunitas merupakan unit dasar organisasi sosial dan juga sebagai entitas sosiologi. Ada dua pendekatan yang digunakan untuk melihat konsep ini, pertama melihat komunitas sebagai kelompok sosial atau saat ini sebagai sistem sosial. Kedua, komunitas dianalisa sebagai sebuah jaringan interaksi.

3. Unit Psikokultural

Pada elemen unit psikokultural, terdapat suatu ikatan antara anggota komunitas, yang masih diperdebatkan apakah ikatan psikologis atau ikatan budaya. Perspektif psikologi menunjukkan bahwa manusia merasa aman karena mereka mengidentifikasi diri sebagai bagian dari komunitas, sedangkan perspektif budaya elemen unit psikokultural ada, karena anggota komunitas berbagi nilai, norma, dan tujuan yang sama,

Terlepas dari elemen-elemen yang ada, Mac Iver dan Charles H. Page kemudian juga menjelaskan bahwa dalam membentuk sebuah komunitas, harus terdapat perasaan saling memerlukan di antara setiap anggota. Perasaan ini disebut *community sentiment*, yang terdiri dari beberapa unsur:

- a. Perasaan altruise, yakni menekankan perasaan solider kepada orang lain. Perasaan individu yang diselaraskan dengan perasaan kelompoknya sehingga mereka merasakan kelompoknya sebagai bagian dari struktur sosial.
- b. Perasaan sepenanggungan, yakni setiap individu dapat dengan sadar perannya masing-masing dalam kelompok.
- c. Perasaan saling memerlukan, yakni individu yang tergabung dalam masyarakat setempat akan merasa bahwa ia memerlukan komunitasnya untuk memenuhi kebutuhannya baik fisik maupun psikologis (Iver dan Page, 1961:293).

Setiap orang yang kemudian bergabung dalam sebuah komunitas, tentunya memiliki perasaan nyaman di dalam komunitas tersebut. Hal ini dikarenakan ada persamaan yang menyatukan, entah itu hobby, latar belakang, kebiasaan, atau

bahasa atau apapun yang menjadi faktor pengikat sebuah komunitas. Secara umum, tujuan dibentuknya komunitas pun untuk memenuhi kebutuhan hidup baik fisik dan psikis.

Ada beberapa tujuan seseorang membangun komunitas atau *community development*, yaitu untuk memperbaiki kualitas hidup anggota komunitas melalui resolusi dan berbagi masalah. Kedua, mengurangi ketidakadilan sosial seperti RAS, kekerasan, gender, dan lainnya. Ketiga, melatih dan menyebarluaskan nilai-nilai demokratis sebagai proses menuju keberhasilan pembangunan komunitas. Keempat, memberikan kesempatan kepada orang-orang untuk meningkatkan potensi mereka sebagai individu. Terakhir, adalah untuk menciptakan kebersamaan dalam komunitas sehingga orang-orang merasa mantap hidup dalam komunitas tersebut (Rubin & Rubin, 1992:10).

Semua konteks komunitas ini apabila dikaitkan dengan konteks media komunitas, Gazali (2002:71) merasa perlu memisahkan konsep komunitas ke dalam dua konteks utama :

1. Komunitas yang terbentuk dengan batasan geografis tertentu. Misalnya komunitas Tangerang, artinya orang-orang yang tinggal di Tangerang.
2. Komunitas yang terbentuk karena identitas yang sama atau *sense of identity*. Dalam komunitas ini biasanya terdapat kepentingan, atau minat, atau kepedulian terhadap yang sama atau *community of interest*. Misalnya, komunitas bersepeda, yaitu orang-orang yang memiliki minat terhadap olahraga sepeda. Atau komunitas anak alam, yaitu orang-orang yang

memiliki kepedulian terhadap alam. Berbeda dengan konsep komunitas sebelumnya, komunitas di sini tidak terbatas pada geografis.

2.3. Media Komunitas

Media komunitas memiliki pengertian yaitu media yang diproduksi, dikelola, dan dimiliki oleh sebuah komunitas, serta memiliki tujuan untuk komunitas itu sendiri. Sifat kerja dari media komunitas sendiri merupakan proses yang bekerja dua arah, di mana komunitasnya sendiri berperan sebagai perencana, produser, dan juga *performer*, sehingga konten dari media komunitas merupakan bentuk ekspresi dari masyarakat yang tergabung di dalamnya. Bisa dikatakan juga bahwa media komunitas haruslah berfungsi sebagai jembatan bagi masyarakat komunitas, baik mengenai isu yang beredar atau sesuai kebutuhan yang diperlukan masyarakat tersebut (Wanyeki, 2000:30).

Secara fisik, tidak ada perbedaan yang menonjol dari media konvensional dengan media komunitas. Namun, menurut Rachmiate (2007:43) dalam proses operasionalnya ada perbedaan-perbedaan yang spesifik antara media komunitas dengan media konvensional.

Tabel 2.2 Perbedaan Media Konvensional dan Media Komunitas

| UNSUR-UNSUR | MEDIA MASSA KONVENSIONAL | MEDIA KOMUNITAS |
|------------------------------|--|--|
| 1. Kepemilikan | Kelompok, Negara, perorangan | Warga komunitas |
| 2. Tujuan dan Sasaran | Informasi, hiburan, pendidikan dan kepentingan komersial/bisnis. Khalayak luas, publik sasaran khusus, klien | Informasi, pendidikan, bimbingan/ <i>guidance</i> , hiburan tetapi tidak komersial atau mencari laba. Komunitas yang bersifat terbatas |
| 3. Isi | Aneka informasi yang bersifat universal, menyentuh kepentingan berbagai segmentasi khalayak. Isi dirancang oleh lembaga media. | Informasi yang terpilih sesuai dengan kondisi dan kepentingan komunitas. Isi dirancang oleh lembaga media bersama anggota komunitas. |
| 4. Karakteristik Operasional | Disiarkan/distribusi secara luas. Cenderung satu arah, <i>feedback</i> cenderung tertunda. Sistem | Penyebaran/distribusi terbatas. Bersifat interaktif. <i>Feedback</i> cenderung |

| | | |
|--------------------------------------|---|--|
| | operasional rumit dan mahal. Peran narasumber dan sasaran terpisah jelas | langsung Sistem lebih sederhana dan murah Sasaran bisa menjadi narasumber/peran tak jelas. |
| 5. Pengawasan dan Pertanggungjawaban | Bergantung pada sistem Negara, bisa pemerintah, pasar/konsumen, atau komisi dewan khusus. | Anggota komunitas dan perwakilan yang ditunjuk oleh warga. |

Media komunitas memiliki dua peran, pertama sebagai cermin yang memantulkan peran komunitas itu sendiri, kedua sebagai jendela yang memperbolehkan dunia luar untuk melihat pengalaman komunitas itu seperti apa. Dari dua peran ini disimpulkan bahwa sebuah media komunitas memerlukan partisipasi dari komunitas, yang juga merupakan sebuah misi utama dari media komunitas. Dengan adanya partisipasi ini, peran media komunitas sebagai cermin dapat terlihat, yaitu dari bagaimana anggota komunitas memaknai isu, topik, dan masalah yang ada dalam komunitas dan bagaimana mengatasinya. Sehingga pada akhirnya masyarakat di luar komunitas dapat melihat efektifitas dari media komunitas melalui pemberdayaan para anggotanya (Wanyeki, 2000:30).

Pada tabel di atas tujuan dari media komunitas adalah untuk pendidikan, informasi, bimbingan/ *guidance*, dan tentunya hiburan. Lebih dari itu tak sekadar

menjawab kebutuhan masyarakat yang tergabung di dalamnya, media komunitas juga menjadi ruang bagi masyarakat untuk menyuarakan pendapat dan opini mereka. Sehingga, topik-topik yang dibahas di media komunitas sudah pasti berkaitan dan relevan dengan anggota komunitas.

Meskipun terkadang tidak dianggap oleh media publik dan komersial, media komunitas dianggap suara ketiga setelah media publik milik pemerintah dan media swasta komersial. Dengan memperbolehkan partisipasi komunitas, media dianggap sebagai suatu alat pemberdayaan bagi anggota masyarakat sipil (Carpentier, 2001:9).

Media komunitas kerap kali menjalankan peran sebagai media alternatif yang merupakan media independen, pilihan lain bagi gerakan pemberdayaan masyarakat, emansipasi, dan advokasi. Media seperti ini menjalankan fungsinya sebagai tandingan atau *counter balanced* terhadap segala bentuk dominasi dan praktik-praktik diskursif media-media mainstream yang sarat dengan kepentingan politik ekonomi para penguasanya (Syatori: 2009).

Fauteux (2008:18) mengatakan bahwa media penyiaran kampus dan komunitas mengikuti jalan yang berlawanan dengan media penyiaran *mainstream*. Michael Albert dalam Fauteux (2008:20) juga menegaskan bahwa media alternatif mendistribusikan isi yang tidak bisa ditemukan pada media lain. Menurut Atton, publikasi alternatif lebih tertarik kepada ide-ide yang mengalir daripada mengejar keuntungan. Selain itu, konsep alternatif juga berhubungan dengan produksi media, dimana masyarakat diberdayakan dan dilibatkan melalui sebuah produksi media.

Menurut Dorothy Kidd (Fauteux, 2008: 21-22) , para pelaku media bisa saja memilih istilah “orientasi komunitas, “progresif”, “radikal”, atau “demokratik”. Namun, menurut mereka istilah alternatif lebih mendiskripsikan karakter dari media tersebut. Istilah ini merujuk kepada identitas dan juga *self awareness* secara lengkap yang dimiliki media dengan konsep alternatif, seperti radio komunitas, koran atau majalah dari aktivis media, penerbitan pers kecil, media independen, film independen, televise kabel untuk akses komunitas, komik, *news services* dan jaringan komputer oleh masyarakat (Armstrong, 1981 dalam Fauteux, 2008:22).

Untuk lebih menguatkan definisi media alternatif, ada beberapa tipologi media alternatif:

1. Isi

Radikal secara politik, sosial/kultural, dan nilai berita.

2. Bentuk

Grafik, menggunakan bahasa visual, penyajian, dan jilidan beragam serta estetis.

3. Adaptasi dan Inovasi Reprografik

Menggunakan mimeograph, IBM, *typesetting*, dan fotokopi.

4. Distribusi

Tempat-tempat distribusi, alternatif, jaringan distribusi bawah tanah dan anti hak cipta.

5. Mengubah relasi sosial, peranan, dan tanggung jawab

Hubungan antara pembaca penulis yang lebih horizontal, organisasi kolektif, deprofesionalisasi jurnalisme, percetakan dan penerbitan.

6. Mengubah proses komunikasi

Hubungan yang menjadi lebih horizontal dan bersifat jaringan.

2.4. Lembaga Penyiaran Komunitas

Lembaga penyiaran komunitas merupakan bagian dari media alternatif atau media komunitas. Menurut Gazali (2002:72), lembaga penyiaran komunitas adalah lembaga penyiaran yang memberikan pengakuan secara signifikan terhadap peran supervisi dan evaluasi oleh anggota komunitasnya melalui sebuah lembaga supervisi yang khusus didirikan untuk tujuan tersebut, dimaksudkan untuk melayani satu komunitas tertentu saja, dan karenanya memiliki jangkauan daerah yang terbatas. Stasiun penyiaran yang didirikan pun tidak untuk mencari untung atau tidak merupakan bagian perusahaan yang mencari keuntungan semata.

Meski sering terjadi kerancuan antara lembaga penyiaran komunitas dengan lembaga penyiaran swasta, nyatanya terdapat perbedaan yang cukup signifikan antara keduanya, yaitu dilihat dari khalayak medianya. Di mana lembaga penyiaran komunitas hanya melayani satu komunitas saja sedangkan lembaga penyiaran swasta bisa melayani lebih dari satu komunitas.

Ada satu konsep tentang lembaga penyiaran komunitas yang dilihat dari sisi keuntungannya, dimana lembaga penyiaran komunitas merupakan suatu pelayanan *non-profit* yang dimiliki dan dikelola oleh suatu komunitas tertentu,

biasanya melalui sebuah serikat, yayasan, atau asosiasi. Tujuannya jelas untuk melayani dan memberi manfaat atau keuntungan pada komunitas tersebut (Fraser dan Estrada, 2001:3). Sehingga jelas lembaga penyiaran komunitas sepenuhnya bergantung kepada sumber daya yang disediakan oleh komunitas, yang artinya partisipasi dari khalayak atau komunitas merupakan hal yang sangat bermakna. Sangat berbeda dengan lembaga penyiaran komersial dan publik yang memosisikan khalayak mereka sebagai objek.

2.5. Radio Komunitas

Radio komunitas juga merupakan bagian dari media komunitas dan beroperasi dalam suatu komunitas, yang dilakukan untuk kepentingan komunitas, oleh komunitas itu sendiri dan mengenai komunitas itu juga (Haryanto dan Ramdojo, 2009:5). Radio komunitas atau rakom merupakan medium yang memberikan suara kepada mereka yang tidak bisa bersuara, berperan sebagai juru bicara bagi kaum marjinal, dan benar-benar berada pada level komunikasi dan proses demokrasi dalam sebuah tataran masyarakat. Secara tak langsung diyakini bahwa radio komunitas dapat berperan sebagai alat atau sarana bagi masyarakat yang tergabung di dalamnya untuk menyalurkan suara serta aspirasi dan menambah wawasan bagi hal-hal yang tidak mereka ketahui sebelumnya.

Sama halnya dengan media komunitas yang berbeda dengan media konvensional, radio komunitas juga memiliki karakteristik yang berbeda dari radio konvensional atau radio *mainstream*, terutama pada aspek kepemilikan, pengawasan, serta tujuan dan fungsinya. Radio komunitas seyogianya bersifat

independen, tidak komersial, daya pancar rendah, luas jangkauan wilayahnya terbatas, dan untuk melayani kepentingan komunitasnya. Menurut Estrada (dalam Rachmiatie, 2007:78) fokus yang khas dari radio komunitas adalah membuat audiens atau khalayaknya sebagai protagonis atau tokoh utama, melalui keterlibatan mereka dalam seluruh aspek manajemen, produksi program, serta menyajikan program yang membantu mereka dalam pembangunan dan kemajuan sosial di komunitas mereka.

Hingga saat ini media komunitas khususnya radio komunitas sangat penting untuk dikaji di Indonesia (Rachmiatie, 2007:79). Hal ini dikarenakan dua faktor yang melatarbelakanginya. Pertama, mayoritas penduduk di Indonesia adalah pedesaan yang serba terbatas dalam segala hal, seperti keuangan, sumber daya manusia, dan juga informasi. Oleh karena itu radio sebagai media yang murah dan bisa menyentuh semua kalangan dapat hadir sebagai sarana bagi masyarakat untuk dikembangkan dan mendukung kemajuan warga masyarakat khususnya di komunitas tersebut.

Hal kedua adalah sesuai karakteristiknya bahwa media komunitas khususnya radio komunitas berasal dari kebutuhan warga, oleh warga, dan untuk warga komunitas sehingga tidak ada campur tangan dari pihak-pihak yang memiliki kekuasaan yang dapat memasukan ideologi, kepentingan, atau misi apapun yang sekiranya belum tentu sesuai dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat tersebut.

Peraturan-peraturan di Indonesia tidak secara rinci menyediakan definisi radio komunitas. Bagaimanapun, Undang-Undang No. 32/2002 mengenai

penyiaran mengakui keberadaan dari lembaga penyiaran komunitas, sehingga bisa dikatakan bahwa radio komunitas merupakan bagian dari Lembaga Penyiaran Komunitas.

2.6 Karakteristik Radio

Radio memiliki sejumlah fungsi, seperti mentransmisikan pesan, mendidik, membujuk, dan menghibur. Dalam menyampaikan pesan, radio juga bisa mengambil berbagai model komunikasi, baik satu arah maupun dua arah. Model satu arah menjadikan radio sebagai komunikator tunggal yang hanya menyampaikan pesan, sedangkan model dua arah memosisikan radio sebagai komunikator yang melakukan interaksi timbal balik dengan khalayak aktif (Astuti, 2013:39).

Sama seperti media massa lainnya, radio sendiri memiliki kekuatan dan kelemahan. Astuti (2013:40) menjelaskan, kekuatan radio adalah dapat membidik khalayak yang spesifik. Dengan kata lain, radio memiliki kemampuan untuk berfokus kepada kelompok demografis yang dikehendaki menjadi pendengar. Radio pun dapat lebih fleksibel dalam mengubah atau mempertajam informasi yang disiarkan ketimbang media massa lainnya.

Selain itu radio juga memiliki kekuatan *mobile* dan *portable* yang artinya dapat didengarkan di mana saja. Hal ini juga dikatakakan oleh Romli (2012:29) bahwa radio adalah media massa yang dapat didengarkan di mana saja dan murah. Murah menjadi kekuatan bagi media ini sehingga masyarakat dengan berbagai keadaan ekonomi dapat menjangkau media ini.

Radio juga bersifat fleksibel. Dapat didengarkan sembari melakukan berbagai aktivitas tanpa mengganggu kegiatan yang pendengarnya lakukan. Ditambah lagi dengan kekuatan radio yang akrab dan hangat bagi pendengarnya (Romli, 2012:28). Kekuatan ini membuat radio mampu memosisikan dirinya menjadi teman bagi pendengar baik dalam memutar lagu ataupun memberikan informasi.

Kekuatan lain dari radio yang juga menjadi keunggulannya adalah bahasanya yang mudah dicerna. Hal ini didukung dari kepiawaian penyiarinya dalam bertutur yang seolah-olah menyapa khusus pendengarnya. (Romli, 2012:30).

Namun, di balik kekuatan radio juga memiliki kelemahan. Meeske (dalam Astuti, 2013:40) menjelaskan bahwa kelemahan radio adalah bersifat suara (*aural only*), *radio messages are short lived*, dan *radio listening is prone to distraction*.

Kelemahan ini juga dikatakan oleh Romli (2012:31-32) bahwa radio hanya bersifat selintas atau sekali dengar, siaran yang bersifat global, memiliki batasan waktu siaran, beralur linier, dan kerap kali mengalami gangguan.

Kelemahan radio yang hanya mengandalkan suara mengharuskan tim kreatif sekaligus penyiar di dalamnya menciptakan *theater of mind* atau imajinasi di benak pendengarnya dan jelas dalam meringkas informasi karena pendengar hanya sekali saja mendengarnya.

2.7. Mitigasi Bencana

Mitigasi bencana merupakan rangkaian upaya guna mengurangi risiko bencana, baik melalui pembangunan fisik maupun penyadaran, dan peningkatan kemampuan menghadapi ancaman bencana (Pusat Pendidikan Mitigasi Bencana, 2010). Upaya mengurangi risiko bencana ini dilakukan dengan aktivitas yang berperan sebagai tindakan pengurangan dampak bencana, atau usaha-usaha yang dilakukan untuk mengurangi korban bencana ketika bencana terjadi, baik jiwa maupun harta. Dalam mengetahui risiko bencana sebuah daerah, perlu diketahui empat hal yang sangat berkaitan dengan karakteristik kondisi fisik dan wilayah tersebut. Empat hal berikut adalah bahaya atau *hazard*, kerentanan atau *vulnerability*, kapasitas atau *capacity*, dan resiko bencana atau *risk*. Berikut penjelasannya:

1. Bahaya (*hazard*)

Bahaya didefinisikan sebagai suatu kejadian atau peristiwa yang memiliki potensi untuk menyebabkan terjadinya kecelakaan, cedera, hilangnya nyawa, ataupun kehilangan harta benda. Bahaya akan dianggap sebuah bencana atau *disaster* apabila telah menimbulkan korban dan kerugian.

2. Kerentanan (*vulnerability*)

Kerentanan merupakan rangkaian kondisi yang menentukan apakah bahaya, baik dari alam maupun karena buatan yang terjadi akan menimbulkan bencana atau tidak. Rangkaian kondisi, umumnya dapat berupa kondisi fisik, sosial, dan sikap yang memengaruhi kemampuan masyarakat dalam melakukan pencegahan, mitigasi, persiapan, dan tindak

tanggap terhadap dampak bahaya. Kerentanan sendiri terbagi menjadi tiga jenis, yakni kerentanan fisik yang meliputi bangunan, infrastruktur, atau konstruksi yang lemah. Kemudian ada kerentanan sosial yang berbicara mengenai kemiskinan, lingkungan, konflik, tingkat pertumbuhan yang tinggi, anak-anak dan wanita serta jumlah lansia. Jenis kerentanan ketiga adalah kerentanan mental yang meliputi ketidaktahuan masyarakat, tidak menyadari serta kurang percaya diri terhadap risiko bencana yang mungkin saja terjadi.

3. Kapasitas (*capacity*)

Kapasitas adalah kemampuan untuk memberikan tanggapan terhadap situasi tertentu dengan sumber daya yang tersedia, baik fisik, keuangan, dan hal lainnya. Kapasitas ini juga termasuk kearifan lokal masyarakat, yang diceritakan secara turun temurun dari mulut ke mulut dan dari generasi ke generasi.

4. Risiko bencana (*risk*)

Risiko bencana merupakan potensi kerugian yang ditimbulkan akibat bencana pada suatu wilayah dan kurun waktu tertentu yang dapat berupa kematian, luka, sakit, jiwa terancam, hilangnya rasa aman, mengungsi, kerusakan atau kehilangan harta, serta gangguan kegiatan masyarakat. Hal-hal ini disebabkan oleh kombinasi dari bahaya, kerentanan, dan kapasitas dari daerah yang bersangkutan.

Apabila risiko bencana dari wilayah yang rawan bencana telah diketahui, tentunya perlu dilakukan tindakan untuk mengurangi risiko bencana, yang

bertujuan untuk mengurangi kerentanan dan menambah kapasitas sebuah daerah. Ada beberapa hal yang dapat dilakukan oleh masyarakat untuk mengurangi risiko bencana, seperti relokasi penduduk dari daerah rawan bencana, pelatihan-pelatihan mengenai kesiapsiagaan bagi penduduk yang tinggal di daerah, pengkondisian rumah atau sarana umum yang tanggap bencana, penciptaan serta penyebaran kearifan lokal tentang kebencanaan (Pusat Pendidikan dan Mitigasi Bencana, 2010)

2.8 Jaringan Komunikasi

Jaringan atau *network* sendiri, secara sederhana merupakan seperangkat hubungan atau *relationship* di antara aktor-aktor sosial (Kadushin, 2012 dikutip dalam Eriyanto, 2014, h. 45). Ada dua kata kunci utama dalam jaringan komunikasi, pertama yaitu aktor. Hal ini dikarenakan jaringan komunikasi melihat fenomena atau peristiwa dari sisi mikro (aktor). Jaringan komunikasi melihat fenomena atau peristiwa dari sisi mikro (aktor), bukan makro. Kedua, relasi, yang menyangkut bagaimana aktor-aktor tersebut saling berinteraksi satu sama lain. (Kadushin, 2012 dikutip dalam Eriyanto, 2014, h. 5).

Dari definisi ini, ada dua bagian penting yakni aktor dan hubungan di dalam aktor. Meski disebut aktor (*node*), tidak berarti aktor tersebut adalah individu atau seseorang seperti yang seringkali kita pahami. Aktor juga merujuk pada organisasi, negara, institusi, perusahaan, dan sebagainya (Scott, Bagio, dan Cooper, 2008, dalam Eriyanto, 2014, h. 45). Sebagai contoh, sebuah penelitian mengenai jaringan perguruan tinggi ilmu komunikasi di Jakarta, maka yang

menjadi aktor adalah jurusan ilmu komunikasi di perguruan tinggi. Jurusan ilmu komunikasi tidak merujuk kepada seseorang, tetapi mewakili institusi.

Sedangkan *link* atau *edge* merupakan relasi yang terjadi di antara aktor. *Link* digambarkan sebagai sebuah garis yang menghubungkan antara aktor satu dengan yang lain. Apabila antar aktor memiliki *link*, hal ini menandakan adanya relasi. Apabila tidak ada garis, berarti tidak ada relasi yang terjalin.

Dalam jaringan komunikasi terdapat beberapa jenis relasi antar aktor-aktor dalam jaringan (Eriyanto, 2014:40-43). Berikut pembahasan singkat beberapa jenis relasi di antara aktor:

a. One mode VS Two Mode

Berdasarkan kategori aktor yang melakukan relasi, kita bisa membedakan jaringan ke dalam satu tipe (*one mode*) atau dua tipe (*two mode*). Jaringan satu tipe adalah jaringan di mana aktor (*node*) punya tipe yang sama, misalkan antar lembaga, antar perusahaan. Sedangkan jaringan dua tipe adalah jaringan di mana aktor memiliki tipe yang berbeda. Sebagai contoh, aktor seorang mahasiswa meminjam buku dari mahasiswa dan juga dari perpustakaan. Di sini, mahasiswa yang merupakan manusia meminjam buku dari perusahaan yang merupakan lembaga.

b. Directed VS Undirected

Relasi antar aktor bisa saja memiliki arah atau *directed* dan tidak memiliki arah *undirected*. Pada relasi yang memiliki arah, ada

pengirim dan penerima, ada subjek dan objek. Sementara dalam relasi yang tidak memiliki arah, tidak ada pengirim dan penerima, serta kedua aktor sama-sama memiliki peran yang sama.

c. Simetris VS Asimetris

Serupa dengan *directed vs undirected*, relasi juga bisa dibedakan berdasarkan pola hubungan, apakah satu arah atau dua arah. Ada relasi yang sifatnya dua arah atau simetris, dimana kedua aktor saling terlibat dalam relasi tersebut. Setiap aktor pun memiliki kontribusi atau peran yang sama, sehingga ketika satu aktor dihilangkan maka tidak akan terjadi relasi. Sementara relasi satu arah atau asimetris, merupakan relasi di mana ada satu pihak yang punya peran dan pihak lain tidak punya peran, pihak satu dominan dan pihak lain tidak dominan, pihak lain memberi pihak lainnya lagi menerima, dan seterusnya.

d. Weighted (Valued) VS Unvalued

Relasi antar aktor juga bisa dibedakan berdasarkan intensitas relasinya. Peneliti bisa menyajikan relasi dengan menyertakan nilai intensitasnya (*valued*) dan tidak (*unvalued*)

Jaringan komunikasi ini dapat terbagi menjadi dua yakni jaringan utuh atau *complete networks* dan jaringan yang berpusat pada ego atau *ego networks* (Marsden, dalam Eriyanto, 2005:8). Perbedaannya, terletak penelitiannya, apakah hanya memusatkan perhatian pada satu atau beberapa aktor, atau melihat dan memperhitungkan semua aktor. Pada jaringan komunikasi yang sifatnya utuh,

semua aktor akan diamati dan dianalisis. Sebaliknya pada jaringan yang berpusat pada ego, pusat perhatiannya hanya kepada aktor tertentu saja yang sesuai atau mendukung topik penelitian.

2.9. Kerangka Pemikiran

