

## KEUATAN DAN KELEMAHAN RADIO BAGI PENGEMBANGAN CIVIL SOCIETY\*

Oleh Ashadi Siregar

( 1 )

Dalam melihat keberadaan media radio di antara media massa lainnya, dapat dirunut dari sejarah kehadirannya dengan inovasi teknologi oleh Marconi. Teknologi ini mengubah pola komunikasi yang tadinya bertumpu dengan sifat transkomunikasi, menjadi telekomunikasi. Pengiriman signal elektronik dari titik ke titik (*point to point*) ini pada mulanya berfungsi sub-ordinasi sebagai pendukung kepada media pers cetak, karena mempercepat pengiriman bahan berita dari daerah yang jauh bahkan dari seberang lautan ke kantor koran. Dukungan teknologi radio terhadap media pers cetak memacu pola pemberitaan yang bertumpu pada aktualitas. Sejarah jurnalisme di Amerika Serikat mencatat maraknya jurnalisme kuning (*yellow journalism*) didorong oleh persaingan mengejar aktualitas berita. "Perang" jor-joran kecepatan berita antara juragan koran Pulitzer dengan Hearts sempat memarakkan perang Spanyol – Amerika di Cuba pada akhir abad ke-19 (Hohenberg, 1973).

Lebih jauh keberadaan media radio dapat ditempatkan dalam latar era informasi yang dialami suatu masyarakat, untuk itu dapat dibicarakan melalui pola komunikasi yang berlangsung (lihat: Rogers, 1986). Secara disederhanakan, pola komunikasi yang lazim dikenal terdiri atas 3 macam, yaitu komunikasi dengan media massa, media interaktif, dan sistem informasi jaringan data. Dalam masyarakat pasca-industrial, pola-pola komunikasi ini ditandai dengan teknologi tinggi.

Tetapi tidak cukup hanya indikator kemajuan teknologi. Masyarakat informasi ditandai pula dengan pergeseran dalam sistem komunikasi. Jika era sebelumnya masyarakat lebih terlibat dengan media massa, karena kebutuhan pragmatis, dalam era informasi, masyarakat akan beralih untuk lebih banyak menggunakan media interaktif dan sistem informasi jaringan data. Bahkan media massa akan menyesuaikan diri untuk mengikuti kedua pola komunikasi lainnya itu.

( 2 )

Dengan cara lain, era informasi dapat juga ditinjau dari komponen yang terlibat dalam situasi yang melingkupi sistem komunikasi. Komponen yang terkandung dalam situasi itu berkaitan dengan pemasok informasi, sistem distribusi informasi, konsumen informasi, dan informasinya sendiri. Keempat komponen ini berkaitan satu sama lain, sebab pola komunikasi dengan teknologi tinggi itu mempengaruhi dan mengubah seluruh komponen tersebut. Baiklah kita bicarakan selintas.

Pertama, pemasok informasi dapat dibedakan berdasarkan adanya 3 macam pola komunikasi, sehingga ada perbedaan sifatnya sebagai institusi kemasyarakatan. Sifat institusional media massa akan berbeda dengan media interaktif dan sistem informasi jaringan data. Namun dari substansinya semuanya memiliki kecenderungan yang sama, yaitu semakin ketat dalam mengikuti hukum besi ekonomi yang paling tua, berdasarkan hukum penawaran-permintaan (*supply-demand*). Dunia informasi merupakan bisnis dalam sektor industri jasa. Untuk itu pemasok hanya akan menyediakan informasi yang diproyeksikan sesuai dengan permintaan. Ini dapat dipahami, sebab tingkat ongkos eksploitasi setiap pola

---

\* Makalah disampaikan pada DISKUSI PANEL SEMINAR RADIO SIARAN DI RUANG PUBLIK: MELIHAT DI ANTARA MEDIA MASSA, Lembaga Studi Pers & Informasi, Semarang 17 Juli 2000

komunikasi seiring dengan meningkatnya kecanggihan perangkat keras, perangkat lunak dan manusia pengelolanya.

Meskipun secara etis selalu ada tuntutan terhadap pemasok informasi agar menjadikan keberadaan institusi yang dijalankannya untuk tetap berfungsi sebagai institusi sosial maupun institusi politik, dalam perkembangannya akan lebih berfungsi sebagai institusi ekonomi sebagaimana badan-badan industri jasa lainnya. Kecuali jika pemasok tersebut merupakan badan-badan pemerintahan, pendidikan atau kerohanian.

Kedua, sistem distribusi informasi akan terlihat 2 macam, yaitu penyebaran informasi secara terbuka melalui media massa, dan penyebaran informasi secara tertutup melalui media interaktif dan sistem informasi jaringan data. Media massa memasok informasi secara konvensional, yaitu dengan menyebarkan media kepada khalayak. Bukan informasi yang dijual, tetapi media. Dan pembeli utama bukan khalayak media. Penjualan utama media ialah dunia industri, yang akan membeli ruang atau waktu media. Karenanya meskipun ongkos yang dikeluarkan oleh konsumen (khalayak media) untuk memperoleh media tersebut sangat rendah, tanpa disadari akan terimbangi dengan pengeluaran konsumsinya yang berkaitan dengan produk industri akibat persuasi yang kuat dari periklanan.

Selain dengan cara konvensional, media massa juga akan memperpanjang sistem distribusi informasi melalui media interaktif, dengan pemasokan melalui video-teks, tele-teks, TV-skan lambat (*slow scan TV*), dan semacamnya. Umumnya informasi dari media massa yang didistribusikan melalui media interaktif itu bersifat konveksi, yaitu yang dapat digunakan secara umum, seperti ringkasan berita besar, ramalan cuaca, harga-harga produk eceran, dan sebagainya yang sudah disiarkan sebelumnya dalam media massa. Dengan media interaktif yang merupakan perpanjangan media massa ini, khayalak media dapat mengambil informasi sebatas yang diperlukannya saja, sehingga dapat mengatasi kemubaziran informasi sebagaimana terjadi dalam penggunaan media massa.

Sementara sistem informasi jaringan data yang bertumpang tindih dalam penggunaan media interaktif, sebagai sistem yang sepenuhnya tertutup, informasi yang tersedia hanya dapat dimanfaatkan oleh konsumen yang menjadi bagian dari jaringan tersebut. Informasi yang dipasok oleh pangkalan data ini tidak bersifat konveksi, tetapi bersifat spesifik dan memiliki nilai kegunaan tinggi. Kemapanan dalam masyarakat informasi antara lain ditandai dengan terjadinya sistem informasi, sebaliknya muncul pula deviasi dalam masyarakat informasi yaitu tindakan-tindakan ilegal yang merusak sistem informasi yang ada. Itulah sebabnya berbagai negara yang sudah berada dalam era informasi sangat berkepentingan terjadinya tatanan dalam sistem ini, dengan menegakkan hukum hak cipta dan sebagainya. Ketiga, konsumen informasi dalam era informasi dapat dibedakan 2 macam, yaitu sebagai massa pengguna media massa, dan sebagai pengguna yang memiliki akses untuk masuk kedalam sistem media interaktif maupun jaringan data. Bagian terbesar masyarakat hanya sebagai massa yang menggunakan informasi berasal dari media massa. Kecenderungan media massa sebagai pendukung bisnis industri dengan sendirinya akan menempatkan bagian terbesar masyarakat sebagai konsumen dunia industri. Sedang yang memiliki akses ke dalam media interaktif dan jaringan data hanyalah orang yang memiliki peran dalam pola-pola kerja masyarakat pasca-industrial. Struktur masyarakat akan terbentuk dalam piramidal yang semakin melebar ke bawah, dengan bagian terbesar masyarakat hanya berarti sebagai konsumen produk industri.

Dan terakhir, tentang informasi dapat disebut secara sederhana sebagai segala hal yang bermakna dalam komunikasi. Kebermaknaan ini merupakan dasar dalam fungsi komunikasi, diukur dari relevansinya terhadap pihak yang berkepentingan atasnya. Untuk itu informasi dapat dilihat dari sisi pemasok, sebagai produk dalam industri jasa, ia merupakan komoditi yang harus terjual. Jika diingat bahwa informasi dalam media massa

tidak untuk dijual, informasi yang termuat/disiarkan media hanya sebagai daya tarik agar medianya dapat tersebar luas dan media dapat dijual kepada dunia industri. Karenanya dapat dibayangkan bahwa sifat informasi dalam media massa akan berbeda dengan dua pola komunikasi lainnya, terutama sistem informasi jaringan data. Dalam pola komunikasi ini, data memiliki nilai karena memiliki sifat pragmatis yang tinggi. Informasi sangat berharga sebab dapat digunakan dalam menempatkan penggunaanya pada posisi yang lebih menguntungkan untuk mengambil keputusan di lingkungan. Dengan begitu bisa dilihat perbedaan sifat informasi, yaitu informasi yang hanya menyentuh aspek psikologis (sensasi) konsumen, informasi yang bernilai pragmatis bagi konsumen produk dunia industri, dan informasi yang bernilai pragmatis tinggi karena dapat digunakan dalam pekerjaan maupun aktivitas sosial lainnya.

Dari sifat informasi semacam ini konsumen juga dapat dibedakan dari yang hanya memenuhi sensasinya untuk kepuasan psikologis, dan yang menggunakan informasi untuk tujuan pragmatis. Kelompok kedua ini dapat pula dilihat dari pola pragmatismenya. Ada yang menggunakan informasi hanya untuk mengambil keputusan dalam kehidupan sehari-hari atau memilih produk industri (ini bersifat konsumtif), dan ada yang dapat menggunakan informasi dalam mengambil keputusan untuk memperbaiki posisinya dalam kehidupan (keputusan-keputusan bersifat produktif).

( 3 )

Belakangan setelah dikenal teknologi bersifat penyiaran (*broadcasting*), media radio memasuki era baru sebagai media massa. Keberadaan radio siaran ditandai dengan fungsi yang sangat familiar dengan khalayak, sebab menjadi sumber informasi utama baik yang bersifat informasional maupun hiburan. Dengan media radio, informasi sosial menjadi lebih cepat sampai ke khalayak. Sembari itu berita dalam lingkup lokal dan nasional semakin dipertajam sesuai dengan kebutuhan pragmatis khalayak. Begitu pula dengan *format station* dari masing-masing stasiun penyiaran, program hiburan menyebabkan khalayak mencari stasiun secara spesifik. Varian dari genre musik dalam dunia hiburan diperkaya karena dukungan dari bertumbuhnya peminat khusus ini. Dengan kata lain, radio siaran dengan sifat lokalitasnya bertumpu kepada dukungan khalayak yang spesifik. Karenanya merupakan media massa yang paling kuat dalam mengembangkan orientasi kepada kebutuhan khalayak ( Routh, et.al., 1978).

Tetapi sifat yang bersumber dari genesis media radio ini tidak diketemukan di Indonesia. Sejarah peradioan di Indonesia melekat kepada pemerintah yang sedang berkuasa. Sejak zaman kolonial Belanda sampai pendudukan Jepang, media radio siaran diselenggarakan oleh pemerintah. Bahkan di awal pendudukan Jepang, langkah pertama yang dilakukan pemerintahan balatentara Jepang adalah mengumpulkan pesawat penerima radio milik masyarakat, untuk disegel sehingga hanya dapat menangkap siaran yang sudah ditentukan.

Sampai berakhirnya Orde Lama, di Indonesia hanya ada media siaran yang diselenggarakan pemerintah. Radio siaran yang berada di luar kontrol pemerintah selalu dihadapi dengan kecurigaan, karena dipandang dapat dengan mudah digunakan secara subversi, dengan informasi anti pemerintah. Mengingat teknologinya yang portabel, baik media transmisi maupun penerima, radio merupakan media yang paling sulit dikontrol.

Media penyiaran tidak dapat terlepas dari kemajuan teknologi. Sebagai ilustrasi, dengan perkembangan teknologi transmisi, penggunaan frekuensi elektro-magnetik dapat semakin padat tanpa terjadi gangguan yang berarti antar kanal sehingga memungkinkan stasiun penyiaran semakin ekstensif. Selain itu penggunaan satelit sebagai mediator frekuensi, dan adanya perangkat *receiver* satelit, menyebabkan suatu stasiun penyiaran tanpa direncoki oleh menara transmisi, dapat menjangkau wilayah seluas jejak satelit, melampaui

batas negara (lihat: Williams, 1982). Dalam era pasar bebas, peluang ini tentunya perlu diambil. Ekstensifikasi stasiun penyiaran ini merupakan faktor yang sangat signifikan bagi masyarakat, sekaligus membuat tingkat persaingan antar media radio siaran akan semakin ketat.

Dalam memahami keberadaan radio siaran di Indonesia, dapat dimulai dengan melihat struktur peradioan yang ada sekarang. Sebagai perbandingan dapat dilihat di lingkungan negara lain. Ada dua macam struktur yang dapat dibicarakan. Pertama struktur institusional secara makro, yaitu entitas media atau stasiun-stasiun radio yang ada sebagai sebuah sistem. Kedua, struktur siaran pada masing-masing stasiun, yaitu sistem internal masing-masing stasiun (Browne 1989).

Sepanjang kekuasaan Orde Baru, struktur institusional makro sepenuhnya, dikuasai oleh pemerintah, dengan sistem jaringan (*networks*) peradioan yang dikendalikan oleh pemerintah. Dimulai dari jaringan RRI, ada kebijaksanaan yang bersifat sentral, dengan stasiun induk di Jakarta dan stasiun-stasiun regional dan lokal tersebar di seluruh Nusantara. Dengan kebijakan monopoli pemerintah, struktur tunggal ini tadinya tidak dapat diimbangi oleh dunia swasta.

Selain itu, kebijakan peradioan dengan struktur yang bersifat tunggal dalam kendali pemerintah, isi siaran informasi faktual juga ditentukan secara sentralistik dan bersifat *top-down*, yang melekat dari sifat sentralistik struktur institusi RRI tersebut. Akibatnya stasiun-stasiun radio swasta tidak dapat mengembangkan karakteristiknya yang khas sebagai media informasional (informasi yang membuat masyarakat "well-informed" akan lingkungannya). Dunia empiris masyarakat yang bersifat lokal tidak dapat dimanfaatkan oleh stasiun radio swasta sebagai informasi yang disajikan kepada khalayaknya. Stasiun radio swasta lebih banyak berfungsi sebagai stasiun relay dari stasiun induk RRI yang bersifat sentral strukturnya. Akibat berantainya, umumnya radio swasta lebih berfungsi hiburan, dan media persuasi komersial, tidak dapat mengembangkan fungsi informasional. Padahal fungsi informasional ini diharapkan seimbang dengan fungsi hiburan dan persuasi komersial. Bahkan di kota besar, kebutuhan informasional ini sebenarnya lebih dirasakan lagi. Jika radio siaran swasta hanya dijadikan sebagai sumber hiburan, potensinya sebagai media massa tidak dapat dikembangkan sepenuhnya. Dan masyarakat sendiri, terutama di kota besar, yang motivasinya atas informasi faktual yang aktual sangat tinggi, tidak dapat dipenuhi oleh radio.

( 4 )

Dengan berakhirnya rezim Orde Baru, kebijakan monopoli dalam struktur peradioan berakhir pula. Stasiun radio swasta dapat mengambil peranan untuk mengisi kebutuhan khalayak akan informasi faktual. Berbarengan itu mulai bertumbuh sistem *networks* stasiun-stasiun radio swasta sebagai satuan struktur institusional di Indonesia. Maka media radio dapat mengembangkan diri sebagai institusi di tengah khalayaknya.

Dalam menjalankan fungsi informasionalnya, radio siaran membuat khalayak lebih terlibat dalam masalah aktual dan dekat lingkungan ("*proximity*"). Meskipun struktur sentralistik dapat mensuplai informasi yang bersifat nasional dan internasional, namun informasi yang memenuhi nilai *proximity* tetap sebagai prioritas bagi radio siaran. Semakin banyak radio siaran di satu kota yang dapat menjajikan secara khas dan orisinal informasi dengan nilai *proximity* ini, situasi lingkungan akan menjadi lebih terbuka dan jelas (lihat: Summers, et.al., 1978).

Kemajuan masyarakat melalui tingkat pendidikan dan ekonomi juga akan semakin meningkatkan tuntutannya, sehingga variasi media dengan perbedaan sifat penyiarannya semakin banyak diperlukan. Media radio yang memperkaya kehidupan masyarakat antara lain yang bersifat umum (bisnis komersial), atau publik (pelayanan sosial). Begitu pula

dengan kehadiran media konvergensi, yaitu media yang menggabungkan media cetak, radio, televisi dan internet dengan basis komputer multi media dan telekomunikasi. Dengan kata lain, ruang sosial bagi media penyiaran semakin terbuka lebar. Tuntutan khalayak menyebabkan profesionalisme *broadcaster* dipacu untuk mendukung media radio sebagai institusi sosial.

Faktor teknologi dan ruang sosial ini mendukung kemajuan media radio siaran di Indonesia. Media radio memiliki posisi strategis dalam menumbuhkan kreativitas masyarakat. Melalui proses produksi program-program siaran, tidak saja menumbuhkan kreativitas sumber daya manusia, tetapi juga akan menghidupkan industri pendukung di luar stasiun.

Pengalaman di Indonesia selama era penjajahan sudah barang tentu tidak layak menjadi rujukan menghadapi media radio siaran. Pada masa penjajahan, paradigma yang mendasari hubungan birokrasi negara dan masyarakat adalah kecurigaan di satu pihak, dan penolakan di pihak lain. Setelah kemerdekaan, berbagai media diselenggarakan pemerintah dan masyarakat. Pada awalnya dan untuk waktu yang panjang, penyelenggaran media penyiaran dimonopoli oleh pemerintah, dan media pers cetak umumnya oleh diselenggarakan masyarakat.

Penyelenggaraan media televisi oleh pemerintah pada tahun 1962, dapat dipahami, mengingat teknologi yang diperlukan memang mahal. Saat itu belum ada warga masyarakat yang memiliki modal besar sanggup mendirikan stasiun media televisi. Tetapi media radio yang teknologinya relatif tidak mahal, tetap terhambat perkembangannya.

Pada era Orde Baru, embrio radio masyarakat mulai terasa terutama dari eksperimen elektronik dari kelompok-kelompok penggemar. Eksperimen tidak sekadar transmisi titik ke titik yang bersifat interaktif, tetapi meluas bersifat penyiaran sehingga dapat diterima melalui *radio receiver*. Sembari melakukan eksperimen ini, pengelola mengisinya dengan musik, atau siaran kata secara terbatas, biasanya hanya bertukar informasi teknologi sesama penggemar. Secara umum, radio masyarakat ini tetap lebih banyak sebagai sarana kegemaran (hobby). Baru belakangan stasiun-stasiun ini diwajibkan dalam bentuk badan usaha resmi. Hanya saja ketentuan yuridis tidak otomatis akan mengubah konstelasi dalam sistem sosial, yang akan memformat radio siaran swasta dalam fungsinya sebagai institusi sosial.

Sejarah kehadiran radio swasta di Indonesia memang khas. Agaknya sejarah kemunculannya menyebabkan karakternya dipandang secara ambivalen. Di satu pihak dilihat hanya sebagai sarana hobby, pada sisi lain dengan regulasi pemerintah setiap media radio siaran hanya diberi ijin operasi jika diselenggarakan oleh badan usaha komersial. Pengharusan ketentuan bentuk Perusahaan Terbatas (PT) menyebabkan penyelenggaraan radio siaran yang tadinya kebanyakan bertolak dari kegemaran harus menjadikan kegiatannya sebagai bisnis komersial. Pemerintah mengharuskan sebagai usaha bisnis, tetapi membatasi keberadaannya sebagai institusi sosial.

( 5 )

Sebagai institusi sosial, kehadiran suatu media massa dilekat dengan fungsi yang harus dijalankannya dalam sistem sosial. Keberadaan dalam sistem sosial ini melahirkan pengelola sebagai pelaku sosial yang harus menjalankan fungsinya sesuai dengan harapan (*expectation*) dari masyarakat. Harapan inilah yang memformat fungsi yang harus dijalankan oleh media massa sebagai institusi sosial. Ia dapat berupa dorongan psikologis, tetapi yang tak kalah pentingnya adalah dorongan sosiologis. Jika dorongan pertama membawa seseorang ke dunia dalam yang bersifat subyektif, maka dorongan kedua membawa seseorang ke dunia luar yang bersifat empiris obyektif. Media massa akan mensuplai masyarakatnya untuk dapat memasuki dunia yang dipilihnya. Materi informasi

fiksional semacam musik akan membawa penggunanya ke dunia subyektif, sedang materi faktual seperti berita (*news*) digunakan sebagai dasar memasuki dunia sosial empiris (McQuail, 1987).

Dari regulasi yang mengikat media radio siaran khususnya dan media penyiaran umumnya, tercermin kuatnya alam pikiran yang didominasi oleh pandangan dikhotomi kekuasaan negara dan pasar (modal swasta). Pada era Orde Baru media radio hanya dapat mengambil posisi sebagai media organik kekuasaan negara, sebaliknya media yang dijalankan untuk pasar mendapat tekanan secara berlebihan. Dengan kata lain, kebijakan penyiaran pada dasarnya dimaksudkan untuk monopoli pemerintah, karenanya institusi penyiaran swasta yang dapat dikendalikan dan untuk kepentingan kekuasaan negara, dapat beroperasi. Pandangan dikhotomi antara kekuasaan negara dan pasar ini telah meredusir hakekat kehidupan publik (lihat: Mosco, 1996).

Pada masa Orde Baru, kehidupan publik sering dilihat hanya dari posisi warga masyarakat sebagai konsumen dalam dua ranah, yaitu dalam lingkup kekuasaan negara, dan dalam lingkup pasar. Sebagai konsumen kekuasaan negara warga merespon kebijakan dan pelayanan negara (*public policy and public service*). Sementara sebagai konsumen pasar, dicerminkan dari nilai ekonomis warga bagi produsen.

Pandangan dikhotomis ini mengabaikan kenyataan lainnya, yaitu adanya ranah publik yang diharapkan dapat menjadi zona bebas dan netral yang di dalamnya berlangsung dinamika kehidupan yang bersih dari kekuasaan negara dan pasar. Dengan kata lain, orientasi kehidupan publik adalah pada kehidupan warga masyarakat, dalam proses interaksi atas dasar kultural. Ciri dari interaksi semacam ini adalah tawar menawar (*negosiasi*) dengan diskusi publik (*public discussion*) atas dasar rasionalitas dan kecerdasan, bukan atas dasar kekerasan (kekuatan fisik maupun psikologis) baik oleh negara maupun masyarakat.

Dengan begitu dinamika kehidupan publik sesungguhnya dapat dibedakan dari dua paradigma yang dominan, pertama apakah bertolak dari kekuasaan negara dan pasar, ataukah kedua, dari daya dorong kehidupan warga masyarakat. Paradigma pertama yang bersifat *top-down* menjadi ciri dari penyelenggaraan politik negara Orde Baru. Paradigma kedua bersifat *bottom-up* dengan dinamika kehidupan publik sebagai basis dari setiap penyelenggaraan negara dan pasar.

Selama Orde Baru, pada satu pihak kekuasaan negara dijalankan dengan cara korporatisme untuk menjadikan setiap institusi masyarakat kehilangan daya hidup (*elan vital*nya). Pada pihak lain dalam politik ekonomi, pasar mengalami distorsi dengan ekonomi KKN dan perkomplotan yang mengabaikan transparansi dan akuntabilitas. Kerusakan yang ditimbulkan dalam bidang ekonomi dapat dirasakan secara langsung. Tetapi keparahan dalam krisis ekonomi ini belum setanding dengan yang terjadi pada tataran publik, yaitu tiadanya institusi sosial yang memiliki otonomi dan independensi.

Otonomi dan independensi pada satu sisi, diwujudkan dengan kehidupan publik yang bebas, tidak digerakkan oleh arus dominasi kekuasaan negara maupun pasar. Pada sisi lain, bersumber dari nilai kultural yang menghargai kehidupan manusia, empati dan toleransi, yang digerakkan atas dinamika dalam kehidupan warga masyarakat. Ranah publik dengan dinamika kultural semacam inilah yang dihancurkan selama Orba. Dalam arus utama (*mainstream*) Orde Baru institusi sosial digerakkan atas dominasi kekuasaan negara. Tetapi beruntungnya, di dalam kehidupan publik tetap berkembang kantong-kantong marjinal yang memelihara otonomi dan independensi. Daya hidup berbagai kantong marjinal ini, dikenal sebagai Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) yang tidak menggantungkan diri pada kekuasaan negara dan pasar, diharapkan dapat menjadi modal dasar dalam membangun masyarakat negara dengan basis *civil society* (Oopen, 1988; Freire, 1971).

*Civil society* merupakan format baru yang perlu diwujudkan dapat dimulai dari paradigma yang menggerakkan dinamika kehidupan publik yang berbasiskan nilai kultural. Nilai kultural ini merupakan pemaknaan atas setiap kegiatan dalam ranah publik. Ini dapat dilihat dengan dua cara, pertama secara negatif yaitu dominasi dan monopoli kekuasaan negara dan pasar harus dijauhkan dari kehidupan warga masyarakat, dan kedua secara positif berorientasi pada kemanusiaan dari kehidupan warga masyarakat itu sendiri. Dengan kata lain, setiap institusi sosial memiliki otonomi dan independensinya dalam orientasi kepada harkat kemanusiaan warganya.

Membangun *civil society* pada dasarnya adalah membalik arus utama yang tadinya dari kekuasaan negara dan pasar ke warga, menjadi arus dari warga ke kekuasaan negara dan pasar. Untuk itu diperlukan ranah publik yang secara relatif memiliki otonomi dan independensi, yang di dalamnya berlangsung kegiatan kultural dalam berbagai aspek kehidupan warga masyarakat yang dapat fungsional sebagai variabel bagi kekuasaan negara dan pasar.

*Civil society* sebagai tatanan kehidupan publik diharapkan dapat menjadi visi bersama penyelenggaraan media massa. Dari visi semacam ini dapat dibayangkan misi yang perlu dijalankan, sesuai dengan fungsi media massa umumnya dan media radio khususnya dalam ranah publik. Misi pengwujudan fungsi dalam kehidupan publik pada dasarnya untuk memelihara 3 aspek yaitu ruang kebebasan dan netralitas, basis rasionalitas dan kecerdasan, dan orientasi pada derajat kemanusiaan. Ruang kebebasan dan netralitas dijaga dengan menjauhkan dominasi dan monopoli kekuasaan negara dan pasar, basis rasionalitas dan kecerdasan dijalankan dengan mengembangkan kultur toleransi dan anti kekerasan dalam interaksi sosial, dan orientasi derajat kemanusiaan diwujudkan melalui pilihan wacana publik yang relevan dalam memerangi konstruksi sosial yang merugikan hak azasi dan demokrasi (Kymlicka, 1995).

Jurnalisme yang dijalankan melalui media massa pada dasarnya sebagai mengandung kaidah etik dan epistemologi yang berorientasi untuk mengisi ruang publik ini. Etik dan epistemologi ini dimaksudkan agar media massa yang menyampaikan informasi publik, dapat menjadi ruang publik yang bersih dari kekuasaan negara, pasar, ataupun kelompok komunal. Dengan demikian, melalui jurnalisme ini media massa umumnya dan media radio khususnya dapat memberikan kontribusi dalam proses *civil society* kehidupan publik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Browne, Donald R., (1989) *Comparing Broadcast System: The Experiences of Six Industrial Nations*, Iowa State University Press, Ames.
- Freire, Paolo (1971) *The Pedagogy of Oppressed*, Continuum, New York
- Hohenberg, John, (1973) *Free Press, Free People: The Best Cause*, The Macmillan Company, New York
- Kymlicka, Will (1995) *Multicultural Citizenship: A Liberal Theory of Minority Rights*, Oxford University Press, Oxford
- McQuail, Denis (1987) *Mass Communication Theory: an Introduction*, second edition, Sage Publications, Beverly Hills
- Mosco, Vincent (1996) *The Political Economy of Communication*, Sage Publication, London
- Oopen, Manfred, ed., (1988) *Media Rakyat*, Perhimpunan Pengembangan Pesantren dan Masyarakat, Jakarta
- Rogers Everett M., (1986) *Communication Technology: The Media in Society*, The Free Press, New York

- Routh, Edd, McGarth, James B, dan Weiss, Fredric A., (1978), *The Radio Format Conundrum*, Hasting House Publishers, New York
- Summers, Harrison B., et.al., (1978) *Broadcasting and the Public*, Second edition, Wadsworth Publishing Company, Inc., Belmont
- Williams, Frederick (1982) *The Communications Revolution*, Sage Publications, Beverly Hills