

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Sejalan dengan maraknya dunia informasi, banyak bermunculan media massa baik cetak maupun elektronik. Hal ini terjadi mengingat semakin besar kebutuhan masyarakat akan informasi yang akan menambah wawasan mereka dalam menghadapi laju perkembangan zaman. Salah satunya media komunikasi massa yang dapat mendukung proses penyiaran media elektronik yaitu radio. Radio adalah media elektronik yang bersifat auditif dapat dinikmati oleh masyarakat, kapan dan dimanapun dimana media ini berperan dalam perkembangan komunikasi dan informasi.

Media radio dalam penggunaannya sangat efektif dan efisien, karena penyebaran informasi dan komunikasinya dapat tersebar luas dengan luas di kalangan masyarakat. Kelebihan media radio dengan media lainnya adalah jarak jangkauannya bisa sangat luas dan murah meria. Sebuah hal yang tidak mampu dilakukan oleh media massa lainnya seperti surat kabar dan televisi. Selain itu juga, karna radio audio visual kita hanya cukup untuk mendengarkan tidak seperti televisi dan surat kabar yang harus dilihat terlebih dahulu maka mendengarkan radio bisa sambil apa saja. Dengan kata lain saat ini radio bisa dikatakan sebagai media yang menjadi salah satu pilihan masyarakat untuk mendapatkan informasi sekaligus hiburannya (Effendy, 2002:107)

Radio Komunitas merupakan salah satu bagian media penyiaran yang memiliki strategi untuk menyajikan apa yang tidak bisa ditawarkan oleh radio stasiun lainnya, meminjam muatan lokal dengan rasa lokal. Inilah yang membuat Radio Komunitas menarik untuk dicermati.

Dengan radio semacam ini, berita dan informasi terkini dan terpercaya memang relevan untuk di sebarluaskan dan di pertukarkan bisa dilakukan secara *continue*. Masalah penting di suatu daerah bisa langsung dan cepat di sebarluaskan. Masyarakat pendengar dapat diberikan kesempatan untuk mengekspresikan diri mereka sendiri baik itu dari sisi sosial, politik, budaya, dan sebagainya. Dalam konteks ini, radio komunitas membantu menempatkan masyarakat untuk secara propokatif dan cerdas bertanggung jawab dalam memecahkan masalah yang mereka hadapi secara mandiri.

Dikeluarkannya Undang-Undang No.32 tahun 2002 tentang penyiaran, muncul pengakuan bahwa radio komunitas memiliki arti penting guna penguatan dibidang informasi dan komunikasi. Untuk menjamin pelayanan di bidang informasi dan komunikasi, sekarang ini pemerintah tidak hanya berperan selaku regulator yaitu tugas pengaturan, tetapi juga sebagai fasilitator sesuai dengan peraturan perundangan yang telah berlaku. Radio komunitas merupakan bagian dari implementasi dan peningkatan proses berprestasi dan berorganisasi, proses mencerdaskan, penegakan etika dan moral, pemerataan akses, peluang informasi, serta membangun kemandirian dan keswadayaan.

Radio Komunitas merupakan bentuk partisipasi langsung masyarakat dalam memperebutkan basis informasi, serta melatih masyarakat berdemokrasi dari tingkat lokal. Radio Komunitas juga hadir sebagai alternatif penyiaran yang lebih populis dan jauh dari pretensi manipulasi dan kepentingan sepihak pengelola. Untuk dapat menarik simpati, dan keterlibatan komunitasnya guna melancarkan pesan yang disampaikan kepada pendengar, para personil yang berkecimpung dalam radio komunitas, diperlukan modal pengetahuan dan pengalaman yang memadai tentang penyiaran. Sehingga segala sesuatu yang direncanakan dapat dicapai dengan baik.

Dipilihnya Radio Komunitas di Rakita karena radio ini sudah dikenal oleh berbagai pihak, dan dinilai sebagai salah satu radio yang masih eksis, dikarenakan manajemennya yang bagus walaupun tidak ada bayaran sepeserpun bagi penyiarinya maupun pengelolanya. Hanya dibutuhkan dari kesolidan dari komunitas tersebut. Juga alokasi dana didapatkan dari donatur-donatur setempat, sumbangan dan dari iuran warga sehingga radio komunitas Rakita sampai sekarang bisa mempertahankan eksistensinya. Berangkat dari persoalan tersebut, sekitar bulan Nopember 2003, beberapa orang muda yang sekaligus adalah warga RW. 12 Kelurahan Sadang Serang mengadakan obrolan informal. Objek obrolan tidak luput dari kegiatan kemasyarakatan. Mulai dari persoalan keamanan, kebersihan, pendidikan dan lain sebagainya. Persoalan yang demikian banyak di hampir semua RW di Kelurahan Sadang Serang, dirasakan dapat teratasi bila komunikasi dan sosialisasi antara aparat terkait dengan warga berjalan dengan baik. Obrolan akhirnya mengerucut pada satu persoalan yang menyoroti

pentingnya media warga di lingkungan Sadang Serang. Dari beberapa alternative media yang dapat menjadi pilihan, beberapa pemuda tersebut menginginkan keberadaan radio sebagai media warga, selain buletin warga. Maklum dan sangat kebetulan bahwa sebagian dari warga yang melakukan obrolan informal ini ada juga yang berstatus mahasiswa yang belajar di Fakultas Ilmu Komunikasi.

Pendirian radio pun disepakati bersama. Tindak lanjut berikutnya adalah mencari informasi-informasi mengenai kemungkinan untuk dapat mendirikan radio di lingkungan Kel. Sadang Serang. Khusus persoalan teknis, saat itu tidak menjadi hambatan yang berarti, karena ada beberapa warga yang mengerti persoalan teknis radio tersebut.

Sejalan dengan telah keluarnya Undang-Undang No. 32 tahun 2002 Tentang Penyiaran akhirnya digagaslah pembentukan Lembaga Penyiaran Komunitas di lingkungan kelurahan Sadang Serang. Para penggagas antara lain adalah Haris Irnawan, ST. MM. QIA (saat itu menjabat Sekretaris RW. 12), Lim harmay, SKM (mantan RW. 12 yang saat ini telah pindah ke Jakarta) dan Ferry Fernando, alm. (Tokoh Pemuda RW. 12).

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menggalang dukungan dari masing-masing RW dan pihak Kelurahan pun dilakukan. Pada tanggal 17 April 2004, dilakukanlah pertemuan antara para Pengurus RW se-Kelurahan Sadang Serang yang juga dihadiri oleh Kepala Kelurahan Sadang Serang. Hasil dari pertemuan tersebut menyatakan bahwa Seluruh RW mendukung pembentukan Lembaga Penyiaran Komunitas dengan menandatangani lembar dukungan.

Pertemuan ini merupakan tindak lanjut dari keluarnya surat dari Kepala kelurahan Sadang Serang Nomor 480/039-Kel.Sd.Serang tanggal 11 Maret 2004. Selanjutnya dukungan dari Kecamatan di tuangkan dalam surat Kepala Kecamatan nomor 482/180-Kecamatan Cobleng.

Dengan banyaknya dukungan tersebut, tidak ada alasan lagi untuk menghentikan langkah pembentukan Lembaga Penyiaran Komunitas di Kelurahan Sadang Serang. Radio sebagai jasa penyiaran yang dipilih didukung oleh justifikasi bahwa hampir semua warga memiliki perangkat radio dan biaya pembelian radio relative murah. Partisipasi warga mulailah dibangun, beberapa warga ada yang dengan sukarela menyumbangkan perangkat-perangkat untuk kebutuhan radio, mulai dari lampu meja siar sampai dengan monitor Komputer telah diterima oleh radio sebagai sumbangan warga.

Terhitung sejak tanggal 1 Juni 2004, radio komunitas yang ada di Kelurahan Sadang Serang ini diberi nama Radio Komunitas kita-kita atau disingkat dengan Rakita Fm (sebelumnya bernama Radio Korawa -Komunitas Radio Warga) dan mengudara di frekuensi 107.9 FM. Sejak itu pulalah Rakita Fm mencatatkan diri sebagai anggota Jaringan Radio Komunitas (JRK) Jawa Barat untuk mendapatkan pembinaan dan diarahkan oleh organisasi tersebut agar tetap sesuai dengan visi dan misinya sebagai radio komunitas.

Dari mulai mengudaranya radio komunitas Rakita Fm sampai dengan sekarang, keberadaan Lembaga Penyiaran Komunitas dirasakan sangat memiliki arti penting dan memiliki posisi strategis dalam mengedepankan informasi

bermuatan lokal serta budaya bangsa Indonesia sendiri. Upaya pembinaan masyarakat pendengar dapat diwujudkan melalui kegiatan-kegiatan yang dapat memupuk rasa kebersamaan antar warga di lingkungan paling kecil (RT/RW) misalnya dengan cara menyampaikan secara langsung kegiatan diskusi warga melalui media penyiaran, atau menjadi fasilitator dalam kegiatan-kegiatan sosial di lingkungan masyarakat setempat.

Hingga saat ini radio komunitas Rakita masih bisa dikatakan radio komunitas yang masih aktif dan bagus di kota Bandung. Tidak banyak yang berubah hingga saat ini di radio komunitas Rakita dalam kepengurusannya. Hanya saja sekitar tahun 2013 ada sedikit rombakan dari para pengurus radio komunitas Rakita yang digantikan karna faktor usia.

Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana keefektifan Radio Komunitas dikalangan masyarakat dalam penyebaran berita dan informasinya dalam meningkatkan atensi dan eksistensinya.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu;

1. Bagaimana strategi penyiaran yang diterapkan oleh radio komunitas Rakita?
2. Bagaimana mengelola sebuah perencanaan program berita/informasi agar selalu memperoleh atensi dari pendengar?
3. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi strategi penyiaran berita pada acara Green Generation Time, Otosport, dan Info Kuliner?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi penyiaran dalam menyebarkan berita dan informasi yang dilakukan oleh manajemen di radio komunitas Rakita.
2. Untuk mengetahui bagaimana cara mengelola sebuah berita di dalam radio komunitas agar selalu mendapat perhatian dari pendengar.
3. Untuk mengetahui teknik pencarian berita yang dilakukan oleh radio komunitas.

## **D. Kegunaan Penelitian**

### 1. Kegunaan Teoritis

- a. Penelitian ini erat hubungannya dengan mata kuliah Jurnalistik radio, Announcing, serta sebagian besar mata kuliah yang dipelajari dalam jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik bagi mahasiswa dengan jurusan yang sama untuk memahami mata kuliah tersebut.
- b. Karena masih sangat minimnya penelitian dalam hal ini, penelitian ini juga dilakukan untuk menambah referensi kajian penerapan Jurnalistik Radio.

### 2. Kegunaan praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan untuk pengembangan penelitian di bidang media komunikasi khususnya pada media radio.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi khususnya jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik di bidang media massa khususnya radio.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada pemerintah kota Bandung dalam pengembangan berita dan informasi berbasis masyarakat di radio khususnya radio komunitas.
- d. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi patokan untuk mahasiswa agar lebih aktif dan kreatif dalam mengembangkan dan mengemas penyebaran berita dan informasi ke dalam situasi yang berbeda khususnya pada media massa radio.



## E. Kajian Pustaka

“Kajian pustaka adalah kegiatan membaca buku atau referensi lain yang berhubungan dengan topik yang akan diteliti” (Suhardi 2009). Berdasarkan studi yang penulis lakukan, penulis menemukan beberapa penelitian yang membahas mengenai strategi radio atau sejenisnya. Diantaranya:

Pertama, Skripsi Kiwamudin jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik Universitas Islam Negeri Bandung 2012 dengan judul *Strategi Penyiaran Radio Cosmo Dalam Menyajikan Berita Politik*. Penelitian ini memfokuskan bagaimana cara menyiarkan sebuah berita politik yang dilakukan oleh Radio Cosmo agar menjadi relevan dan seimbang serta bersikap netral.

Kedua, Skripsi Anwarudin jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Bandung 2010 dengan judul *Strategi Penyiaran Radio Komunitas Dalam Memperoleh Pendengar*. Penelitian ini penulis memfokuskan kepada strategi apa saja yang dilakukan radio komunitas untuk memperoleh pendengar sebanyak-banyaknya.

Ketiga, Skripsi Arifah Fatmawati jurusan Komunikasi Penyiaran Islam. Universitas Islam Negeri Kalijaga Yogyakarta 2008 dengan judul *Strategi Penyiaran PT. Radio GCD FM dalam menghadapi persaingan di Yogyakarta*. Dalam penelitian ini, penelitian menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini memfokuskan tentang strategi penyiaran yang dilakukan oleh PT. Radio GCD FM dalam menghadapi persaingan, yaitu dengan menggunakan strategi penyiaran dari Susan Tyler Easman.

Keempat, Skripsi Endah Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik Universitas Islma Negeri Bandung dengan judul *Respon Masyarakat Terhadap Acara Tatar Pasundan Di Radio Antassalam FM 103,9Mhz Bandung*. metode yang digunakan penulis adalah deskriptif. Penelitian ini lebih banyak mengandalkan keaktifan masyarakat yang mendengarkan seperti line sms dan telfon.

**Tabel 1: Tinjauan Penelitian Serupa**

No	Nama dan Judul Penelitian	Tahun Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Skripsi Kiwamudin jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik Universitas Islam Negeri Bandung 2012 dengan judul <i>Strategi Penyiaran Radio Cosmo Dalam Menyajikan Berita Politik</i> .	2010	Analisis sama-sama mencari tau tentang strategi penyebaran berita dalam berita tersebut.	Perbedaan terlihat pada radio milik swasta dan radio milik masyarakat.
2.	Anwarudin jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Bandung 2010 dengan judul <i>Strategi Penyiaran Radio Komunitas Dalam Memperoleh Pendengar</i>	2010	Sama-sama meneliti pada radio komunitas.	Menggunakan analisis deskriptif
3.	Arifah Fatmawati jurusan Komunikasi Penyiaran Islam. Universitas Islam Negeri Kalijaga Yogyakarta dengan judul <i>Strategi Penyiaran PT. Radio GCD FM dalam menghadapi persaingan di Yogyakarta</i>	2008	Analisis sama-sama mencari tau tentang strategi penyebaran berita dalam berita tersebut.	Perbedaan terlihat pada radio milik swasta dan radio milik masyarakat

Oleh karena itu penelitian ini bukan merupakan suatu pengulangan semata dari penelitian sebelumnya, khususnya pada media radio. Penelitian ini dilakukan untuk menambah dan memperkaya pengetahuan khususnya pada bidang ilmu komunikasi sebagai salah satu disiplin ilmu yang dapat digunakan dalam strategi penyiaran radio, serta penulis hanya merujuk pada strategi penyebarluasan berita dan informasinya yang dikemas bagaimana caranya walaupun di radio komunitas tetapi mendapat perhatian sangat luar biasa oleh masyarakat yang memang itu sangat membantu penulis dalam karya penelitian ini.



## **F. Tinjauan Teoritis**

### **Teori Hirarki Pengaruh Isi Media (1999)**

Pada saat ini, dalam konteks persaingan media masing-masing berlomba untuk menyajikan berita kontroversi. Berbagai upaya dilakukan media untuk mencari dan menggali fakta, data, dan liputan ke lapangan sampai pembuatan berita. Terkadang media tidak memaksimalkan proses atau sesuai dengan standar jurnalistik yang tentunya memiliki aturan dan kaidah tertentu. Pembaca seolah-olah diajak berada di tengah-tengah peristiwa. Karena peristiwa yang diliput berjalan cepat, maka aspek-aspek yang dipertimbangkan bagi jurnalis dan media ketika membuat berita yang baik seringkali terlewatkan. Tidak peduli apa dampaknya kepada masyarakat, yang penting adalah menarik sampai kontroversi sehingga bisa mendulang omzet yang tinggi.

Media massa mampu menunjukkan seluruh sistem dimana berbagai pesan diproduksi, dipilih disebarkan ke khalayak luas, diterima pembaca dan akhirnya ditanggapi khalayak. Melalui media massa, masyarakat mendapatkan akses informasi apapun yang terjadi di daerah atau negeri luar. Dengan kekuatan dan kelebihan yang dimiliki media massa, masyarakat bisa dengan mudah dan cepat mengetahui berbagai perkembangan dan mencapai kemajuan berbagai bidang di seluruh negara di dunia.

Tingkat persaingan yang ketat menyebabkan tidak sedikit media langsung berpatokan pada hasrat memenuhi rasa ingin tahu pembaca. Prinsipnya ketika ada konflik atau hal-hal yang menarik, media tidak segan-segan mem-*blow up* peristiwa tersebut agar bisa mendatangkan keuntungan berlipat. Para jurnalis

seringkali membuat berita yang berlebihan, dan tidak sedikit juga jurnalis dan medianya menghendaki adanya konflik. Terkadang pada kondisi tertentu dia resisten. Sikap perilaku dari jurnalis tersebut, tidak terlepas dari faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi sebagaimana yang dibahas dalam teori pengaruh isi media yang dikenalkan Shoemaker dan Reeses dalam *mediating the message: theory of influences in mass media content* (1991), menyatakan bahwa **ada lima level (tingkatan) faktor yang dapat mempengaruhi isi media**, yaitu:

*Pertama*, tingkat individu (jurnalis). Individu atau jurnalis yang bekerja di media memiliki karakteristik (seperti *gender*, etnis, dan lain sebagainya) berlatar belakang dan pengalaman pribadi (seperti pendidikan, agama, strata sosial, dan ekonomi) latar belakang inilah yang tidak membentuk sikap, nilai, dan kepercayaan pribadinya, tetapi juga ikut mengarahkan profesionalismenya dalam bekerja sebagai jurnalis (Shoemaker and Reeses. 1991:54)

*Kedua*, tingkat rutinitas media. Isi media akan diwarnai oleh rutinitas media. Jika media tersebut rutin memberitakan yang sifatnya kritik terhadap politik, maka media tersebut akan kental dengan nuansa politik. Begitu pun dengan rutin atau kebiasaan ketika memberitakan konflik atau kekerasan, akan sulit ketika keluar dari *habit* tersebut (Shomaker and Reeses. 1991: 85) dari perspektif budaya, media merupakan sebuah aktivitas, sekaligus ruang tempat banyak nilai dan kepentingan saling bernegosiasi.

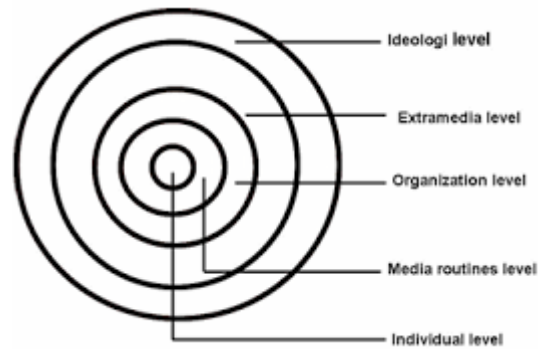
*Ketiga*, tingkat organisasi media. Untuk tingkat organisasi media ini yang menjadi fokus adalah tujuan organisasi media itu sendiri, yaitu bertujuan dalam rangka mencari keuntungan. Media memiliki tujuan dalam setiap pemberitaannya.

Tujuan utamanya adalah melayani publik dan mendapatkan pengakuan profesional namun tujuan yang tidak kalah penting dan menjadi target dalam organisasi dalam organisasi media adalah keuntungan besar (Shoemaker and Reese. 1991:115)

*Keempat*, tingkat ekstramedia. Pada tingkat keempat ekstramedia antara lain sumber-sumber informasi yang dijadikan isi media (seperti kelompok kepentingan dan khalayak) serta institusi sosial lainnya (seperti pemerintah). (Shoemaker and Reese. 1991:147). Diantara ekstramedia yang kuat *hegemoniannya* adalah pengiklanan atau penyongkong dana yang bisa memberikan darah segar dalam operasional media. Dari sinilah media bisa bekerja dan menggaji para jurnalisnya, sekuat dan sehebat apapun jurnalis jika tidak memiliki penghasilan yang seimbang maka kualitasnya berkurang. Inilah yang seringkali menjadi batu sandung media dalam pengemasan isinya.

*Kelima*, tingkat ideologi. Harus diakui setiap media memiliki ideologi yang berbeda. Ideologi media tersebut merujuk pada kaidah atau kode etik jurnalistik yang diakui secara umum. Ideologi media inilah yang mau tidak mau setiap jurnalis harus menjunjung tinggi nilai-nilainya, dan mempraktikannya dalam kinerja di lapangan. Disinilah media berfungsi sebagai kepanjangan kepentingan kekuatan dominan, bagaimana nilai-nilai atau ideologi media ini dikombinasikan untuk menyajikan eksistensinya media dalam setiap beritanya (Shomaker and Reese. 1991:183)

**Gambar 1**  
**Lima Level Yang Mempengaruhi Isi Media**



**(Reese. 1991:190)**

Salah satu tujuan dari perkembangan teknologi adalah memberikan kemudahan pada manusia dalam menjalani kehidupan seperti halnya kemajuan teknologi, media massa khususnya radio memberikan kemudahan bagi manusia dalam memenuhi kebutuhannya akan sarana informasi, pendidikan, dan hiburan.

a. Strategi Penyiaran Radio

Strategi adalah bentuk perencanaan dan pelaksanaan dari penyelenggaraan siaran secara holistik, yang di dalamnya tercakup makna penjadwalan dan penyiaran acara dari suatu stasiun siaran. Menurut Onong Uchyana Effendy strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Sedangkan strategi menurut Stephanie K. Marrus yang di kutip Sukristono dalam bukunya Husein Umar menyatakan bahwa, “strategi di definisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan yang jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat tercapai.

## b. Teknik Dasar Siaran Radio

Teknik dasar siaran radio itu adalah berkomunikasi kepada pendengar. Komunikasi artinya menyampaikan pesan kepada pendengar. Pesan yang disampaikan penyiar antara lain informasi aktual, tips, judul lagu, penyanyi, dan informasi komersial (iklan).

Teknik dasar siaran radio lainnya adalah berbicara kepada SATU orang pendengar. Penyiar harus membayangkan pendengar ada di depan meja siaran. Dia teman baiknya. Termasuk teknik dasar siaran radio adalah senyum. Penyiar radio harus mengeluarkan “suara senyum” (*smiling voice*) agar terkesan akrab, hangat, dan friendly (ASM.Romli, 2014:6)

## c. Radio Komunitas (RaKom)

Radio Komunitas adalah lembaga penyiaran atau stasiun radio yang dimiliki, dikelola, diperuntukkan, diinisiatifkan, dan didirikan oleh sebuah komunitas. Sebelum disahkannya UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Radio Komunitas (Community Radio) di Indonesia sering disebut "radio ilegal" atau "radio gelap" dan sering juga disebut-sebut sebagai "pencuri frekuensi" oleh pemerintah.

Sejak UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran berlaku efektif pada Desember 2002, keberadaan Radio Komunitas menjadi legal yang masuk kategori Lembaga Penyiaran Komunitas dalam sistem penyiaran nasional (romelteamedia.com).



Syarat-syarat Radio Komunitas menurut UU penyiaran No. 32 tahun 2002:

1. Tidak mencari laba atau keuntungan atau tidak bagian dari perusahaan yang mencari keuntungan semata.
2. Untuk mendidik dan memajukan masyarakat dalam mencapai kesejahteraan, dengan melaksanakan program acara yang meliputi budaya, pendidikan, dan informasi, yang menggambarkan identitas bangsa.
3. Tidak mewakili organisasi atau lembaga asing serta bukan komunitas internasional.
4. Tidak untuk kepentingan propaganda baik kelompok atau golongan tertentu.
5. Lembaga penyiaran komunitas didirikan atas biaya yang diperoleh dari kontribusi komunitas tertentu dan menjadi milik komunitas tersebut.
6. Lembaga penyiaran komunitas dapat memperoleh sumber pembiayaan dari sumbangan, hibah, sponsor, dan sumber lain yang sah dan tidak mengikat.
7. Lembaga penyiaran komunitas dilarang menerima bantuan dana awal mendirikan dan dana operasional dari pihak asing.
8. Lembaga penyiaran komunitas dilarang melakukan siaran iklan dan/atau siaran komersil lainnya, kecuali iklan layanan masyarakat.
9. Lembaga penyiaran komunitas wajib membuat kode etik dan tata tertib untuk diketahui oleh komunitas dan masyarakat lainnya.

10. Dalam hal terjadi pengaduan dari komunitas atau masyarakat lain terhadap pelanggaran kode etik dan/atau tata tertib, lembaga penyiaran komunitas wajib melakukan tindakan sesuai dengan pedoman dan ketentuan yang berlaku.

## **G. Langkah-langkah Penelitian**

### **1. Metode Penelitian**

Menurut Nazir (1988: 63) dalam Buku Contoh Metode Penelitian, metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki. Terdapat ciri-ciri yang pokok pada metode deskriptif, antara lain adalah:

1. Memusatkan perhatian pada permasalahan yang ada pada saat penelitian dilakukan atau permasalahan yang bersifat aktual.
2. Menggambarkan fakta tentang permasalahan yang diselidiki sebagaimana adanya, diiringi dengan interpretasi rasional yang seimbang.
3. Pekerjaan peneliti bukan saja memberika gambaran terhadap fenomena-fenomena, tetapi juga menerangkan hubungan, menguji hipotesis, membuat prediksi, serta mendapatkan makna dan implikasi dari suatu masalah.

## 2. Jenis dan Sumber Data

### a. Jenis Data

Jenis data yang dikumpulkan untuk memecahkan masalah yang diteliti ini jenis kualitatif. Penelitian kualitatif ini digunakan, karena beberapa pertimbangan. Pertama, menyesuaikan penelitian lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan ganda. Kedua, penelitian ini menyajikan secara langsung hakikat antara peneliti dan responden. Ketiga, penelitian ini lebih peka dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama dan terhadap pola-pola nilai yang dihadapi (Moleong, 2001:5)

### b. Sumber Data

Dalam penelitian ini adalah manajemen radio komunitas Rakita Fm, yang mana data-data akan diperoleh dari ketua, koordinator program, penyiar radio komunitas Rakita fm dan sebagainya yang berhubungan dengan data-data penelitian.

## 3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan informasi yang akurat, diperlukan adanya data yang valid. Sehingga mampu mengungkapkan masalah yang akan diteliti. Adapun metode dalam pengumpulan data skripsi ini adalah:

### a. Metode Interview (wawancara)

Metode Interview adalah metode pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara dengan orang-orang yang dimaksud dengan bentuk pertanyaan-pertanyaan yang berkenaan dengan tema

yang diinginkan. Penelitian melakukan wawancara dengan koordinator (ketua). Koordinator program dan penyiar radio komunitas Rakita fm untuk memperoleh data tentang apa saja yang digunakan oleh manajemen radio.

b. Metode Observasi (pengamatan)

Observasi adalah metode pengamatan dan pencatatan secara sistematis fenomena yang diselidiki. Metode ini digunakan untuk memperoleh data dengan menyaksikan langsung proses siaran dan mencatat segala sesuatu yang berkaitan dengan program acara yang disiarkan di radio komunitas Rakita Fm.

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah dimana metode penelitian memperoleh data dari dokumen-dokumen yang ada dari benda-benda yang tertulis seperti buku-buku, majalah, surat kabar, prasasti dan lain-lain. Adapun dokumen yang dimaksud dalam penelitian ini meliputi, profil radio komunitas Rakita Fm, struktur organisasi, dan sebagainya yang ada di radio komunitas Rakita Fm. Dokumen yang diperoleh di radio komunitas Rakita fm digunakan untuk melengkapi data penelitian.

#### 4. Teknik Analisis Data

Teknik adalah suatu penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan di intrepresentasikan. Penelitian ini bersifat deskriptif. Datanya berupa kualitatif sehingga dianalisa dengan teknik deskriptif, yaitu setelah data terkumpul dari lapangan penelitian, maka selanjutnya adalah data di identifikasikan, dikategorikan, kesmudian ditafsirkan dan diambil kesimpulan seperlunya.

Tujuan analisis data adalah untuk menyederhanakan data ke dalam bentuk yang mudah dibaca dan di intrepresentasikan. Penelitian ini perlu kecermatan dan ketelitian serta memberikan penjelasan terhadap data-data tersebut sesuai dengan kenyataan yang terjadi di lapangan, sehingga membentuk laporan yang baik. Tahap-tahap analisi:

- a. Mengumpulkan data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi.
- b. Mengedit seluruh data yang masuk.
- c. Menusun seluruh data yang diperoleh sesuai dengan sistematika pembahasan yang telah direncanakan.
- d. Melakukan analisa seperlunya terhadap datayang telah tersusun untuk menjawab rumusan masalah sebagai kesimpulan. Dan untuk lebih jelasnya, seluruh konsepsi hasil analisis penelitian ini akan lebih banyak dijelaskan operasionalisasinya di bab selanjutnya.

## 5. Lokasi Penelitian

Objek penelitian ini adalah Radio Komunitas Rakita fm yang beralamat di Jalan Tikukur No. 2 Bandung Kelurahan Sadang Serang Kota Bandung. Lokasi ini digunakan untuk melakukan wawancara guna memenuhi kebutuhan informasi tentang strategi Radio Komnitas dan profil media Radio Komunitas Rakita Fm. Selebihnya penelitian dilakukan dilokasi yang fleksibel tergantung kesepakatan peneliti dengan para coder yang dipilih untuk membantu menganalisis penelitian ini.

