

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi atau pesan dari pengirim pesan sebagai media kepada penerima pesan sebagai media, dalam proses komunikasi tujuannya adalah menerima umpan balik dari media untuk mencapai saling pengertian kedua belah pihak.¹ Sebelum komunikasi, media menyampaikan informasi kepada media, terlebih dahulu media diberi makna sesuai konsep yang dimilikinya. Artinya melalui komunikasi, manusia dapat terhubung satu sama lain.²

Dalam praktiknya, Robin dan Barbara mendefinisikan komunikasi sebagai perilaku atau tindakan yang menyampaikan simbol-simbol penting atau tahapan penyampaian informasi kepada orang lain.³ Esensi pendapat ini adalah menyampaikan informasi, mengetahui pikiran dan perasaan. Komunikasi menurut definisi DeVito adalah pengiriman dan penerimaan pesan antara satu atau lebih individu yang berpengaruh dan spesifik konteks serta pemberian umpan balik ketika komunikasi terjadi.⁴

¹ Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek* (Bandung, Remaja Rosda Karya, 2017). h.45

² Onong Uchjana E. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* ..h.8

³ James G. Robbin & Barbara, *Komunikasi Yang Efektif* (Pedoman Ilmu, 2018). h.17

⁴ Poppy Ruliana, *Komunikasi Organisasi : Teori Dan Studi Kasus* (Raja Grafindo Persada, 2018). h. 21

Dikutip Liliwer, Dance membagi pentingnya komunikasi sebagai berikut:

- 1) Komunikasi sebagai kegiatan.
- 2) Aktivitas pihak/*influencer* lain.
- 3) Komunikasi menekankan pada hubungan antar manusia.
- 4) Komunikasi yang menekankan tindakan berbagi atau kepemilikan.
- 5) Komunikasi sebagai transfer komunikasi
- 6) Komunikasi menggunakan simbol.
- 7) Suatu proses interaksi yang sistematis dengan menggunakan simbol-simbol untuk menafsirkan makna.
- 8) Proses dua arah untuk mencapai pemahaman, tidak hanya pertukaran informasi, berita, ide dan perasaan, tetapi penciptaan dan berbagi makna.⁵

Berdasarkan definisi tersebut, Mukarom menyusun berbagai jenis komunikasi sebagai berikut:

- 1) Komunikasi interpersonal, komunikasi dengan orang lain yang terbatas, cenderung tertutup, dari hati ke hati antara dua orang atau lebih.
- 2) Komunikasi intrapersonal, komunikasi seseorang dengan dirinya sendiri.
- 3) Komunikasi massa, komunikasi dengan orang lain dengan menggunakan sumber daya penciptaan ilmu pengetahuan dan teknologi.

⁵ Liliwery, *Komunikasi Antar Budaya* (Rajagrafindo, 2018). h. 21

- 4) Komunikasi organisasi, untuk mencapai komunikasi dengan seseorang atau sekelompok orang tujuan bersama.
- 5) Komunikasi politik, komunikasi dengan seseorang atau sekelompok orang untuk mencapai kemampuan mengatur kehidupan bersama.⁶
- 6) Komunikasi verbal, komunikasi dengan kata-kata yang bersahabat atau secara tertulis.
- 7) Komunikasi nonverbal, komunikasi tanpa kata-kata, kadang-kadang gerak tubuh, ekspresi wajah, gerakan tubuh, disengaja atau tidak disengaja.⁷

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses sosial yang terjadi dalam interaksi antara satu pihak dengan pihak lain yang saling mempengaruhi melalui kegiatan pemindahan pesan.

2. Proses Komunikasi

Komunikasi memerlukan proses dari awal hingga penyampaian informasi. Proses komunikasi dimulai dari adanya kebutuhan untuk berkomunikasi, dan untuk itu keinginan-keinginan tersebut dibuat dan diciptakan menjadi simbol-simbol atau kata-kata yang dapat dimengerti.⁸ Proses ini disebut *coding*, yaitu memilih dan memilih tanda-tanda yang menyampaikan suatu pesan. Kemudian pancarkan (transmit) sinyal-sinyal tersebut melalui gelombang udara, bertindak sebagai perantara atau

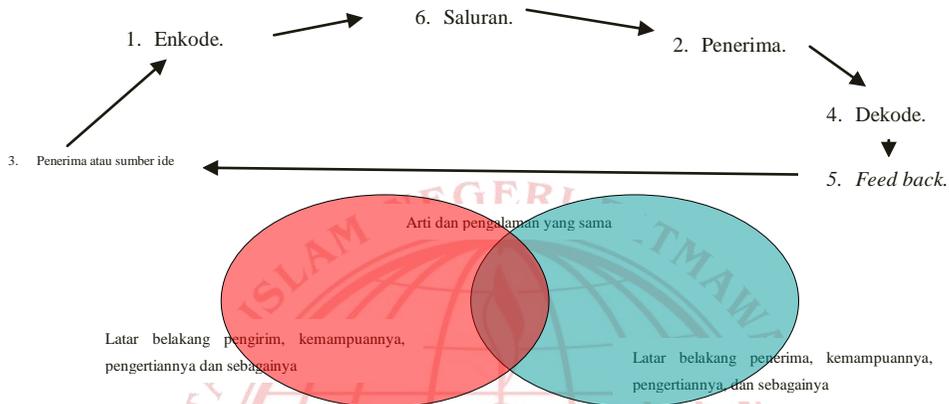
⁶ Kun Waziz, *Komunikasi Massa, Kajian Teoritis Dan Empiris* (UIN Khas, 2022). h.23

⁷ Onong Uchjana E. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek ...* h.28

⁸ James G. Robbin & Barbara, *Komunikasi Yang Efektif ...* h. 19

saluran. Jika menggunakan tulisan, sumbernya adalah pulpen dan kertas.⁹

Proses komunikasi yang dijelaskan Robin dan Jones di atas dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1 : Alur komunikasi (Robin dan Jones)

Gambar di atas menunjukkan bahwa komunikasi dimulai dari adanya kebutuhan untuk berkomunikasi dan bertindak. Setiap pesan atau ide yang disampaikan oleh pengirim pesan diubah menjadi simbol atau kata-kata yang dapat dipahami (dikodekan).¹⁰ Pesan tersebut kemudian disalurkan melalui saluran atau media sehingga sesuatu yang dikirimkan sampai pada penerimanya. Penerima memberi pesan pada karakter yang dikirimkan sehingga bermakna bagi penerima (*decode*), yang mengarah pada umpan balik, yaitu penerima pesan

⁹ Liliwery, *Komunikasi Antar Budaya...* h.21

¹⁰ James G. Robbin & Barbara, *Komunikasi Yang Efektif ...* h. 29

dana memahami informasi yang dikirimkan.¹¹ Menurut Robin dan Jones, semakin luas pengalaman pengirim dan penerima, semakin besar peluang pesan diterima dan dipahami. Sebaliknya, semakin kecil wilayah kesamaan antara pengirim dan penerima pesan, maka semakin rendah peluang diterima dan dipahaminya pesan tersebut.¹²

B. Komunikasi Massa

1. Pengertian

Komunikasi massa ialah komunikasi dengan sasaran khalayak yang luar biasa banyaknya.¹³ Komunikasi massa pada umumnya disalurkan oleh pemancar audio dan audio visual.¹⁴ Mengutip pendapat Severin dan Tankard Jr bahwa komunikasi massa adalah sebagian keterampilan, seni dan beberapa informasi yang bisa dipelajari, Sebagai sebuah keterampilan misalnya teknik mengoperasikan kamera TV, menggunakan *tape recorder* atau mencatat isi wawancara.¹⁵ Sebagai seni dalam arti karena di dalamnya terdapat tantangan kreatif seperti menulis naskah untuk acara TV dan radio, merancang aspek estetika iklan majalah atau berita yang menarik untuk berita. Sebagai ilmu pengetahuan yaitu mengandung prinsip-prinsip tertentu bagaimana komunikasi

¹¹ James G. Robbin & Barbara, *Komunikasi Yang Efektif ...* h.29

¹² James G. Robbin & Barbara, *Komunikasi Yang Efektif ...* h.19

¹³ Ni Desak and others, *Psikologi Komunikasi, Psikologi Komunikasi* (Jakarta, Global, 2022) h. 34

¹⁴ Liliwery, *Komunikasi Antar Budaya ...* h.29

¹⁵ Kun Waziz. *Komunikasi Massa, Kajian Teoritis dan Empiris...* h.48

terjadi yang dapat dikembangkan dan digunakan untuk memperbaiki sesuatu.¹⁶

Term massa menunjukkan penonton, pendengar, atau pembaca.¹⁷ Selanjutnya dapat dikatakan bahwa komunikasi massa adalah proses dimana utusan komunikator menggunakan media menyebarkan pesan secara luas dan juga terus-menerus menciptakan makna dan memberi dampak bagi masyarakat.¹⁸

2. Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa sangat efektif karena dapat menjangkau wilayah yang luas, apalagi jika komunikasi tersebut menggunakan media massa dan media modern untuk menyebarkannya ke masyarakat. Komunikasi massa juga mempunyai beberapa fungsi yaitu¹⁹:

- a. Menata pesan yang dikirim dan diterima.
- b. Reaksi, yaitu. jawaban, konfirmasi.
- c. Stimulasi organ indera.
- d. Keseimbangan isi dan unsur-unsur yang saling berkaitan
- e. Khalayak media massa bersifat heterogen.
- f. Penyampaian pesan komunikasi massa menimbulkan sinkronisasi, yaitu. kontak dengan massa dalam jarak yang sangat jauh dalam waktu yang bersamaan, meskipun penontonnya terpisah satu sama lain.²⁰

¹⁶ Nur Udin, *Sistem Komunikasi Indonesia* (Raja Grafindo Persada, 2017). h.15

¹⁷ Nur udin. *Sistem Komunikasi Indonesia...* h.15

¹⁸ McQuail & Denis, *Mass Communication Theory (Teori Komunikasi Massa)* Terj. Agus Dharmadana dan Aminuddin Ram (Erlangga, 2017). h.221

¹⁹ James G. Robbin dan Barbara, ... h.19

²⁰ James G. Robbin dan Barbara, ... h.19

Lasswell mengusulkan fungsi yang lebih rinci agar komunikasi berhasil, yaitu pemantauan ekologi (pemantauan lingkungan), menghubungkan atau memungkinkan berbagai bagian masyarakat untuk merespons lingkungan lingkungannya (korelasi subpopulasi dalam respons terhadap lingkungan. Transmisi warisan sosial dari generasi ke generasi.²¹

Seperti disebutkan Nurudin, menurut Lasswell ada tiga kelompok yang mengelola ketiga tugas ini. Karakteristik pertama, spesifik terutama diplomat, atas dan koresponden asing berusaha melindungi lingkungan. Kedua, jurnalis menyerukan lebih banyak dan humas sebagai kontak operasi internal. Fungsi ketiga adalah pendidik informal atau formal karena menyangkut transmisi adat dan nilai dari generasi ke generasi.²² Fungsi lain adalah fungsi memediasi budaya. Terjadi pergeseran budaya atau nilai budaya sosial tidak bisa dipisahkan dari kesuksesan media massa dalam memperkenalkan budaya global. Hal ini juga sejalan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang meluas ke berbagai bidang kehidupan masyarakat, termasuk kebudayaan.²³

3. Teori Ketergantungan Media

Pada tahun 1975, Melvin L. DeFleur dan Sandra Ball-Rokeach mengemukakan gagasan perihal teori ketergantungan (*Dependency Theory*), yang membahas tentang kekuatan media

²¹ Nurudin. *Sistem Komunikasi Indonesia*. ... h.13

²² Nurudin. *Sistem Komunikasi Indonesia* ... h.17

²³ McQuail & Denis, *Mass Communication Theory (Teori Komunikasi Massa) Terj. Agus Dharma Dan Aminuddin Ram* ... h.221

massa radio dalam mempengaruhi khalayak dikarenakan adanya sifat ketergantungan pada isi media massa radio.²⁴ Asumsi dalam teori ketergantungan ini yaitu pengaruh radio ditentukan oleh hubungan antara sistem sosial yang lebih luas, peran radio dalam sistem tersebut dan hubungan khalayak dengan radio.²⁵

Sehingga menurut DeFleur dan Rokeach, ketergantungan audiensi terhadap media bersifat integral yang mencakup tiga pihak; media, audiensi, dan sistem sosial yang melingkupi. Menurut DeFleur dan Rokeach juga, kunci dalam memahami kapan dan mengapa pesan media massa dapat mengubah kepercayaan, perasaan dan perilaku audiensi adalah derajat ketergantungan terhadap media.²⁶

Media massa dapat dianggap sebagai sistem informasi yang memiliki peran penting dalam proses pemeliharaan, perubahan, dan konflik dalam tataran masyarakat, kelompok atau individu pada aktivitas sosial.²⁷ Media digunakan sebagai sarana penyebar informasi yang secara menyeluruh tanpa kesenjangan informasi. Konsistensi dari penggunaan media mendukung bahwa teori ini merupakan teori yang menghubungkan antara pemirsa, media dan suatu sistem sosial. Dalam cakupan teori ini, menjelaskan mengenai prediksi akan adanya ketergantungan terhadap suatu media yang berasal dari media massa untuk pemenuhan kebutuhan konsumsi media masyarakat.

²⁴ James G. Robbin dan Barbara, h.39

²⁵ James G. Robbin dan Barbara, h.39

²⁶ Nur udin. *Sistem Komunikasi Indonesia*. ... h.58

²⁷ Heldi Yunan, 'Komunikasi Dalam Perspektif Imperialisme Kebudayaan', *Perspektif*, 1.1 (2017). h.2

Penggunaan teori ketergantungan media dalam penelitian ini adalah melihat bagaimana akses radio yang terbatas mengakibatkan masyarakat menggunakan media lain untuk mengakses siaran radio. Stasiun radio beralih kepada siaran digital dan *youtube* sebagai sarana hiburan, pelestarian budaya, berita dan informasi. Dengan demikian dapat dikatakan adanya ketergantungan akan media yang mempengaruhi audien dalam memenuhi kebutuhan terhadap siaran radio.

C. Komunikasi Multikultural

1. Pengertian Multikultural

Multikultural secara etimologi berasal dari kata multi yang berarti banyak, dan kultur yang berarti kebudayaan. Jadi multikultural adalah beragam kebudayaan. Kultur atau kebudayaan itu sendiri tidak lepas dari empat hal yaitu aliran agama, ras, suku, dan kebudayaan. Hal ini menunjukkan bahwa diskusi multikultural tidak hanya terkait dengan perbedaan budaya tetapi juga keberagaman agama, ras dan etnis.

Menurut Adrik Purwasito, multikultur adalah keragaman dan perpaduan dari berbagai macam kebudayaan yang berbeda dalam suatu lingkungan yang sama dan menjadi penyebab terjadinya proses transaksi pengetahuan dan pengalaman diantara kebudayaan yang berbeda-beda.²⁸ Andrik mengutip Pierre L Van De Berghe mengemukakan bahwa masyarakat

²⁸ Andrik Purwasito, *Komunikasi Multikultural* (Pustaka Pelajar, 2015). h.167

multikultur mempunyai beberapa karakteristik yang khas, sebagai berikut :

- a. Masyarakat dalam sigmentasi dalam bentuk kelompok-kelompok latar budaya, sub-budaya yang berbeda.
- b. Memiliki struktur sosial yang terbagi-bagi dalam lembaga yang bersifat non-komplementer.
- c. Kurang adanya kemauan untuk mengembangkan konsesus antar anggota masyarakatnya tentang nilai-nilai sosial yang fundamental.
- d. Kurangnya kesedaran mengembangkan consensus relative sering menumbuhkan konflik antar kelompok sub-budatya tersebut.
- e. Konflik bisa dihindari dan integrasi social dapat terjadi tetapi dengan jalan relatif menggunakan paksaan ditambah adanya ketergantungan satu sama lain dengan bidang ekonomi.
- f. Adanya dominasi politik kelompok satu atas kelompok yang lain.²⁹

Menurut Ahida, hakikat multikulturalisme adalah suatu pandangan yang menuntut penghormatan terhadap realitas kehidupan yang sangat berbeda dan multikultural, baik itu suku, agama, ras maupun sosial budaya.³⁰ Multikulturalisme memberikan hak yang sama kepada semua kelompok budaya di ruang publik dan privat. Kesetaraan ini mencakup kesempatan

²⁹ Andrik Purwasito, *Komunikasi Multikultural ...* h.426

³⁰ R. Ahida. *Keadilan Multikultural*. (Jakarta: Ciputat Press, 2018). h.17

yang sama bagi semua kelompok budaya untuk tumbuh dan berkembang secara adil di bidang sosial, ekonomi, dan politik.

Menurut Echols dan Sadily, kata multikultural merupakan kata sifat yang secara umum, berarti budaya yang beragama.³¹ Menurut Azra, multikulturalisme adalah pengakuan terhadap keberagaman suatu negara atau penerimaan terhadap norma keberagaman.³² Menurut Rini, Dja'far dan Nur Ibrahim komunikasi multikultural adalah tahapan interaksi antara berbagai suku, agama dan budaya.³³

Indonesia sebagai bangsa plural dan majemuk menegaskan bahwa bangsa memiliki keragaman budaya, maka bangsa ini tergolong bangsa multikultural. Bangsa multikultural yang ideal adalah kebangsaan yang terbangun dari berbagai suku dan budaya yang dapat hidup dalam satu atap kebangsaan secara damai dan tentram, sehingga terdapat penghargaan terhadap dan oleh budaya yang beragam.³⁴

Mengacu kepada beberapa pendapat di atas, penulis menyimpulkan bahwa Secara sederhana, multikulturalisme adalah pemahaman yang membenarkan dan meyakini relativisme budaya yang disebabkan oleh keragaman budaya, keragaman etnis dengan ciri-cirinya. Sehingga dasar munculnya multikulturalisme

³¹ Echol John M. & Shadly. *An English-Indonesian Dictionary*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2017). h.159

³² Azyumardi Azra. *Pendidikan Agama: Membangun Multikulturalisme Indonesia, dalam Pendidikan Agama Berwawasan Multikultural*. (Jakarta : Gelora Aksara Pratama, 2016). h.vii

³³ Rini Fitria dkk. *Komunikasi Multikultural*. (Bantul : Samudera Biru, 2017). h.11

³⁴ Nurul Hidayat, 'Komunikasi Multikulturalan : Perspektif Indonesia', *Syi'ar*, 2.2 (2019), h.76-83.

bermuara pada kajian dan kebudayaan. Dari doktrin ini diharapkan akan muncul antusiasme dan rasa hormat terhadap perbedaan budaya dan akan muncul toleransi lebih lanjut dalam hidup berdampingan dengan keberagaman.

2. Prinsip-prinsip Komunikasi Multikultural

Prinsip-prinsip komunikasi multikultural sebagaimana dikemukakan oleh Liliwery adalah:

- a. Realivitas Bahasa
Karakteristik bahasa mempengaruhi proses kognitif. Orang yang berkomunikasi menggunakan bahasa yang berbeda maka akan berbeda juga cara memandang dan berfikir tentang dunia.
- b. Bahasa Sebagai Cermin Budaya
Makin besar perbedaan budaya maka semakin sulit komunikasi dilakukan
- c. Mengurangi ketidak pastian
Makin besar perbedaan budaya maka makin besarlah ketidak pastian dalam berkomunikasi.
- d. Kesadaran diri dan perbedaan antar budaya
Makin besar perbedaan antar budaya makin besar kesadaran diri para partisipan selama berkomunikasi.
- e. Interaksi awal dan perbedaan antar budaya
Perbedaan antar budaya dan kepentingan dalam interaksi awal berangsur berkurang ketika hubungan menjadi lebih akrab.³⁵

³⁵ Andrik Purwasito, *Komunikasi Multikultural ...* h.427

3. Nilai-nilai Komunikasi Multikultural

Nilai adalah prinsip, tujuan, atau standar sosial yang digunakan atau diterima oleh individu, kelas, atau masyarakat. Nilai juga memiliki keterkaitan dengan kebaikan, walaupun keduanya tidak sama mengingat kebaikan tidak selalu bernilai tinggi bagi seseorang atau sebaliknya.³⁶

Nilai yang terkandung dalam multikultural adalah:

- a. Nilai toleransi, yaitu sikap menghormati, menerima pilihan, pandangan, keyakinan, kebiasaan, dan pendapat orang lain yang berbeda dengan dirinya.
- b. Nilai kesamaan/ kesetaraan, yaitu mengakui adanya persamaan, persamaan hak, dan kewajiban yang sama sebagai sesama manusia. Dalam proses pendidikan, pendidik harus beranggapan bahwa semua siswa adalah sama, tidak mengkhususkan atau membedakan antara siswa yang satu dengan siswa lainnya.
- c. Nilai Persatuan, yaitu membentuk pemahaman, pikiran, dan sikap yang mengutamakan keutuhan dan kedaulatan, kebersamaan dan kerjasama.
- d. Nilai kekerabatan atau persaudaraan, yaitu sikap ramah, kekeluargaan lahir dari rasa persaudaraan dan menjadi bagian dari kelompok dan masyarakat itu sendiri. Dengan rasa kekeluargaan ini akan muncul rasa solidaritas, rasa

³⁶ R. Ahida. *Keadilan Multikultural*. (Jakarta: Ciputat Press, 2018). h.17

persaudaraan dengan berbagai suku, suku, kelompok dan agama, serta pemahaman akan makna perbedaan.

- e. Nilai keadilan, yaitu memberikan hak kepada seseorang sesuai dengan porsinya masing-masing. Sehingga terdapat keseimbangan dan harmoni antara menuntut hak dan melaksanakan kewajiban, mengakui potensi yang sama dalam berekspresi, dan mengakui persamaan kesempatan dalam pelayanan publik.³⁷

Komunikasi multikultural merupakan suatu proses komunikasi yang melibatkan individu maupun kelompok budaya tertentu. Proses ini akan mampu menciptakan budaya baru dalam kehidupan masyarakat. Komunikasi dalam masyarakat multikultural terus berkembang sehingga mampu melahirkan kebudayaan yang lebih maju dan canggih.³⁸ Komunikasi multikultural merupakan komunikasi atau interaksi yang berlangsung orang-orang dari latar belakang dan skala budaya yang berbeda dalam lingkup luas.³⁹ Komunikasi multikultural merupakan komunikasi yang terjadi antara banyak orang dengan keragaman latar belakang budaya baik ras, etnis atau sosial ekonomi. Sedangkan budaya adalah gaya hidup yang berkembang berkelanjutan dari waktu ke waktu.⁴⁰ Dengan demikian, dapat

³⁷ Andrik Purwasito, *Komunikasi Multikultural ...* h. 429

³⁸ Andrik P. *Komunikasi Multikultural*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017) h.11

³⁹ Miskan. Komunikasi Multikultural Di Era Globalisasi. *Jurnal JISIP*. Vol. 7 No. 2 Maret 2023. h.164

⁴⁰ Tubb, Steewart L & Silvy Moss. *Human Communication : Konteks-Konteks Komunikasi*. (Bandung: Remaja Rosdakarya. 2016). h.221

dipahami bahwa komunikasi dalam multikultural terdapat aspek linguistik, sosiologi, antropologi, psikologi dan budaya.

Studi tentang komunikasi multikultural adalah studi tentang proses mental, setiap orang yang terlibat dalam komunikasi menyalurkan pemikiran dan diskusinya dan pendekatan sebagai keinginan secara alami setiap orang untuk menyampaikan pesan kepada orang lain agar dapat mengerti. Tapi tidak semua mereka memiliki pemahaman yang persis sama tentang budaya orang lain. Hal ini dikarenakan eksklusitas budaya atau keengganan budaya orang asing memasuki budaya tersebut.⁴¹

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa suatu keniscayaan bahwa manusia memiliki beraneka ragam suku, warna kulit, agama, ataupun bangsa. Salah satu bangsa yang memiliki keanekaragaman tersebut adalah bangsa Indonesia. Masyarakat Indonesia merupakan masyarakat dengan tingkat keanekaragaman sangat kompleks. Masyarakat dengan berbagai keanekaragaman tersebut dikenal dengan istilah masyarakat multikultural. Sebagaimana yang telah dikemukakan, multikultural diartikan sebagai keragaman atau perbedaan terhadap suatu kebudayaan dengan kebudayaan yang lain, sehingga masyarakat multikultural dapat diartikan sebagai sekelompok manusia yang tinggal dan hidup menetap di suatu tempat yang memiliki kebudayaan dan ciri khas tersendiri yang mampu membedakan antara satu masyarakat dengan masyarakat yang lain. Setiap masyarakat akan menghasilkan kebudayaan

⁴¹ Rini Fitria. Komunikasi Multikultural dalam Menjaga Kerukunan Antar Umat Beragama di Kabupaten Bengkulu Tengah. *Jurnal Manhaj* Vol. 3.2.2018. h.14

masing-masing yang akan menjadi ciri khas masyarakat tersebut sehingga muncullah istilah multikulturalisme.

Meskipun multikultural ini merupakan suatu postulat yang memiliki nilai positif di mata dunia, namun di dalam keanekaragaman dan multi suku, bahasa, adat istiadat dan agama, juga mengandung potensi kerawanan yang dapat menimbulkan konflik kepentingan antar kelompok, antar etnis, antar agama dan antar wilayah.⁴² Ketika seseorang tidak dapat beradaptasi, karena kendala kulturalnya dapat memunculkan gesekan, sentiment bahkan serta konflik yang bisa saja mempengaruhi kerukunan bangsa.

Perkembangan teknologi komunikasi seperti media massa, televisi, musik, film dan lain-lain memiliki pengaruh besar pada orang-orang ketika ada media. Saat ini, orang sangat mudah berkomunikasi dengan orang lain dan memperkuat hubungan dengan orang lain.⁴³ Berdasarkan pendapat ini, dapat dikatakan bahwa dengan teknologi ini, kita bisa dengan mudah merasakan dan memahami budaya orang lain.

Komunikasi multikultural tidak hanya berdampak positif pada masyarakat, tetapi juga berdampak positif itu juga berdampak negatif pada kehidupan seseorang. Budaya baru yang mempengaruhi pemikiran, cara berpakaian, makanan dan bahkan gaya hidup.⁴⁴ Dapat dilihat dengan mudah berbagai sosial budaya, baik melalui majalah, televisi, surat kabar atau lainnya. Seperti

⁴² Roswati Nurdin. Multikulturalisme dalam Tinjauan Al-Qur'an. *Jurnal Al-Asas* Vol. III No. 2 Oktober 2019, h.2

⁴³ Andrik P. *Komunikasi Multikultural...* h.21

⁴⁴ Kun Waziz. *Komunikasi Massa, Kajian Teoritis dan Empiris...* h.48

yang dikatakan Mc. Wija, komunikasi multikultural dapat dilakukan di era globalisasi dengan media tertentu seperti media elektronik digital, media online dan media sosial untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi. Maka di era globalisasi ini, komunikasi multikultural mengacu kepada pengenalan keragaman budaya dan berkomunikasi dengan orang-orang yang sudah mempunyai latar belakang budaya berbeda.⁴⁵

D. Media Penyiaran Radio Bernuansa Multikultural

Radio adalah alat pertama yang digunakan dalam dunia penyiaran. Bunyi atau suara adalah sumber utama penyampaian informasi kepada pendengar dan stimulus yang berkorelasi dengan pendengar.⁴⁶ Menurut Stanley R, bunyi merupakan efek gesekan beberapa molekul yang berubah menjadi interaksi dinamis melalui media elastis antara molekul dan lingkungannya.⁴⁷ Mengacu kepada pendapat ini, dapat dikatakan bahwa suara penyiarnya adalah komponen visual yang dapat menciptakan gambaran dalam pikiran pendengar. Radio merupakan media yang dapat didengar saja (*auditif*) praktis, populer dan dapat didengar di mana saja. Radio mempunyai kekuatan paling besar sebagai sarana imajinasi karena radio menstimulasi begitu banyak suara dan mencoba memvisualisasikannya suara penyiar.

⁴⁵ Mc. Wija. *Multikulturalisme dalam Digitalisasi Media Massa*. (Jakarta : Binangkit, 2017). h.225

⁴⁶ Mc. Wija. *Multikulturalisme dalam Digitalisasi Media Massa...* h.228

⁴⁷ Masduki. *Menjadi Broadcaster Profesional*. (Yogyakarta: Pustaka Populer LKis, 2017) h.15

Eksistensi radio di tengah masyarakat sebagai media komunikasi modern. Naskah radio dibuat secara tersusun untuk disampaikan oleh penyiar kepada pendengar. Radio juga adalah sarana hiburan murah, menawarkan jenis suara yang berbeda tentang musik, lagu, berita untuk mencari sesuatu atau seseorang melakukan siaran radio dilengkapi dengan peralatan mengirim siaran sehingga bisa masyarakat umum akan mendengarnya dimana mereka berada. Peran penyiar radio sangat penting dalam program radio karena penyiar menyiarkannya menyajikan informasi atau cerita lagu dan musik sebagai alat hiburan.

Saat ini persaingan stasiun radio di kota-kota besar untuk menarik perhatian masyarakat cukup tinggi. Program dikemas sedemikian rupa sehingga menarik perhatian dan dapat didengarkan oleh sebanyak mungkin orang. Jumlah stasiun radio semakin bertambah.⁴⁸ Seluruh produksi program harus didasarkan pada kebutuhan kelompok sasaran stasiun radio, yang pada akhirnya menentukan format program yang dipilih.

Pringe Stra Mc Cavitt menjelaskan pemrograman di sebagian besar stasiun didominasi oleh satu elemen konten utama atau suara yang disebut format. Dengan kata lain, karakteristik tertentu dari stasiun radio adalah penyajian program dan musik di dalamnya.⁴⁹ Format stasiun siaran atau format siaran radio dapat didefinisikan sebagai program yang dirancang untuk dapat memuaskan kebutuhan audiensnya. Setiap siaran harus mengacu pada pemilihan format

⁴⁸ Onong Uchjana E. *Radio Siaran Teori dan Praktek*, (Bandung: Mandar Maju, 1990), h.65.

⁴⁹ Tommy Surapto. *Berkarier di Bidang Broadcasting*. (Yogyakarta: Media Pressindo, h.2018), 50.

siaran terutama ketika jumlah stasiun penyiaran bertambah dan menjadi lebih kuat.⁵⁰ Format transmisi diimplementasikan dalam bentuk prinsip-prinsip dasar yaitu apa, kepada siapa dan bagaimana proses pengelolaan kiriman sampai diterima diterima oleh masyarakat. Cakupan format transmisi tidak hanya menentukan caranya manajemen program (pemrograman), serta pemasarannya program siaran (pemasaran).⁵¹ Tujuan dari penentuan format penyampaian adalah untuk mencapai tujuan kepada kelompok sasaran tertentu dan hanya bersaing dengan media massa orang lain sedang mengerjakan tugas. Format siaran lahir dan dikembangkan bersama karena bertambahnya jumlah stasiun radio. Format siaran dapat ditentukan dari berbagai sudut pandang, seperti sudut pandang demografi, kelompok sasaran seperti kelompok umur, jenis kelamin, pekerjaan dan geografi.

Stasiun penyiaran berdasarkan divisi ini dengan kebutuhan kelompok. Stasiun radio memiliki beberapa format seperti radio anak-anak, remaja, dewasa dan lanjut usia. Berdasarkan pekerjaan, perilaku, bentuk atau gaya hidup, format radio adalah profesional dan intelektual, pekerja, pelajar, nelayan dan sebagainya. Format penyiaran dapat dibagi mejadi empat bidang yaitu:

- a. *Personality* penyiar dan reporter.
- b. Pilihan musik dan lagu.
- c. Pilihan musik dan gaya bicara.

⁵⁰ Masduki. *Menjadi Broadcaster Profesional...* h. 15

⁵¹ Mc. WJja. *Multikulturalisme dalam Digitalisasi Media Massa...* h.228

- d. Paket olahraga atau iklan, *jingle* dan format iklan untuk program radio lain.⁵²

Umumnya stasiun radio memproduksi programnya sendiri. Itu sebabnya stasiun radio hampir tidak pernah melibatkan pihak lain di luar proses produksi. Produksi radio membutuhkan keterampilan dan kemampuan untuk menghasilkan produk perangkat lunak menarik untuk didengar. Sebenarnya tidak banyak acara radio. Secara garis besar program radio terdiri dari dua jenis yaitu musik dan informasi. Kedua jenis tersebut kemudian dikemas dalam format yang berbeda secara mendasar harus mampu memenuhi kebutuhan masyarakat akan musik dan informasi. Program yang dibahas pada bagian ini adalah:

- a. Produksi berita radio.
- b. Berbincang (*talk show*).
- c. Info hiburan.
- d. *Jingle*⁵³

Seiring perkembangannya, pemanfaatan teknologi internet baru pada dunia radio, yang dikatakan sebagai media campuran, karena media tersebut dapat berupa teks dan suara. Media ini disebut media internet dan dapat digunakan oleh seluruh masyarakat di dunia yang tidak mengenal batas ruang dan waktu. Kini siaran radio bisa didengarkan bahkan proses penyiarannya dapat dilihat melalui internet.

Persaingan untuk mendapatkan stasiun radio cukup tinggi di kota-kota besar tersebut menarik perhatian publik. Program

⁵² Tommy Surapto. *Berkarier di Bidang Broadcasting...* h.55

⁵³ Mc. WIja. *Multikulturalisme dalam Digitalisasi Media Massa...* h.228

radio harus dikompresi menjadi menarik perhatian dan sebanyak mungkin orang dapat mengikutinya. Tren stasiun radio telah banyak berubah. Dulunya hanya sebuah stasiun radio bertindak sebagai mediator informasi dan hiburan, kini fokus beralih ke pendekatan yang lebih visual berbasis internet. Setiap stasiun radio kini berlomba-lomba untuk mendapatkan pendengar hebat satu sama lain. Mereka menciptakan slogan atau slogannya menjadikannya berbeda dari stasiun radio lain yang sudah ada. Stasiun radio mengumpulkan program dan lagu yang diputar berdasarkan segmentasi dengan menciptakan berbagai *tagline* atau slogan yang menarik seperti RRI dengan slogan “Sekali di Udara Tetap di Udara”, menampilkan saluran khusus berkaitan dengan kemajemukan budaya di Indonesia pada RRI PRO 4.

Mengutip pendapat Barber dan Inkin, Zainal Abidin mengatakan bahwa penempatan kebijakan program harus mengikuti budaya lokal ketika membuat program bernuansa budaya lokal sebagai komoditas yang akan dijual dan melakukan adaptasi terhadap budaya pendengarnya.⁵⁴

Mengacu kepada pendapat di atas, salah satu paket program inovasi yang berkembang saat ini adalah munculnya ruang budaya di udara yang digunakan untuk menunjuk sebuah transmisi siaran radio bernuansa budaya dan berisi muatan acara-acara kebudayaan. Munculnya ruang budaya di udara semacam itu

⁵⁴ Zainal Abidin. A. *Merawat Kebhinnekaan Budaya Indonesia Melalui Program Siaran Budaya* dalam <https://www.researchgate.net/publication>. Diakses tanggal 10 Oktober 2023 pukul 19.27 WIB

adalah sebuah bentuk upaya radio mengakomodir kebutuhan pendengar tentang kebudayaan nusantara berbasis multikultural.

Misi RRI adalah memberikan layanan informasi, pendidikan, hiburan sehat, kontrol sosial dan perekat pelestarian kebudayaan nasional untuk kepentingan seluruh lapisan kepada masyarakat melalui penyelenggaraan program radio meluas ke seluruh wilayah Negara Republik Indonesia.⁵⁵ Untuk melaksanakan tugas tersebut RRI melakukan fungsi membentuk prinsip-prinsip umum dan pengendalian lapangan, penyelenggaraan siaran radio publik, penegakan dan pengendalian tindakan wajib penyiaran publik dan pelatihan dan penerapan manajemen dan sumber daya RRI.⁵⁶

Dua diktum di atas menurut penulis merupakan dasar hukum bagi RRI untuk menyelenggarakan pengembangan siaran berbasis multikultural. Menghadirkan ruang budaya di udara untuk menampilkan ekspresi kebudayaan nusantara bisa dinilai sebagai suatu bentuk akomodasi dari RRI PRO 4 terhadap kemajemukan budaya dan mengekspresikan kebudayaan itu. Sebagai ruang budaya di udara berbasis bagi siaran-siaran kebudayaan, yang bisa dimanfaatkan oleh berbagai etnis untuk memperkenalkan budaya baik bahasa, kesenian, kuliner dan tradisi masyarakat melalui saluran ini.

⁵⁵ Peraturan Pemerintah Nomor 12 tahun 2005 tentang LPP RRI pasal 4

⁵⁶ Peraturan Pemerintah Nomor 12 tahun 2005 tentang LPP RRI pasal 5