

TRANSFORMASI NASIONALISME MELALUI PROGRAM KISAH TOKOH RADIO EDUKASI

NATIONALISM TRANSFORMATION THROUGH HEROES STORY PROGRAM IN RADIO EDUKASI

Innayah

Balai Pengembangan Media Radio Pendidikan (BPMRP) - Pustekkom

Jl. Sorowajan Baru 367 Yogyakarta 55198

(innayah-_bpmr07@yahoo.com)

diterima: 17 April 2013; dikembalikan untuk direvisi: 26 April 2013; disetujui: 30 April 2013

Abstrak: Tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui: (a) pengertian nasionalisme sebagai nilai sosial, (b) sejarah radio dan perannya dalam pendidikan, dan (c) kontribusi program Kisah Tokoh Radio Edukasi dalam menumbuhkan nasionalisme bangsa. Dalam penulisan ini metode yang digunakan adalah deskriptif. Hasil kajian dari penulisan adalah program Kisah Tokoh diharapkan dapat menginspirasi dan mengembangkan sikap nasionalisme generasi muda seperti yang diteladankan tokoh-tokoh bangsa yaitu menanamkan semangat (motivasi) menghargai orang lain dan meneladani kesuksesannya, memberikan pencerahan dan menanamkan kesadaran akan nilai-nilai luhur bangsa sendiri serta semangat juang orang-orang sukses.

Kata Kunci: Transformasi, Nasionalisme, Radio Edukasi, Media, Kisah Tokoh

Abstract: The purpose of this paper was to find out: (a) the definition of nationalism as a social value, (b) the history of radio and its role in education, and (c) the contribution of Heroes story program in Radio Edukasi in growing nationalism. This paper used descriptive method. The result of this study was expected to inspire and grow nationalism toward young people as exemplified by nation's leaders who instilled the spirit of respect for others and imitating their success, enlightening and internalizing awareness of the great value of their own nation and morale of successful people.

Key Word: Transformation, Nationalism, Media, Heroes Story

Pendahuluan

Saat berpidato di tengah kerumunan massa di Jakarta tahun 1950-an, Soekarno (presiden Republik Indonesia yang pertama) memberikan pernyataan yang sangat terkenal: "Beri aku 1000 orang, dan dengan mereka aku akan menggerakkan gunung Semeru. Beri aku 10 pemuda yang membara cintanya pada tanah air, dan aku akan mengguncang dunia". Kalimat pendek ini mengandung setidaknya empat makna, yaitu:

Pertama, sikap dan pandangan optimis Soekarno tentang peran anak muda dalam membangun Indonesia yang maju. Kedua, pemikiran seorang bapak bangsa yang menempatkan pemuda dengan rasa kecintaannya akan tanah airnya dan sikap kerja kerasnya (diibaratkan sebagai kekuatan yang dapat mengguncang gunung Semeru) sebagai tiga aspek yang penting dalam membangun jati diri bangsa. Ketiga, ungkapan tokoh bangsa selaku motivator kepada semua pihak untuk memperhatikan keberadaan pemuda, bukan hanya sebagai harapan bangsa, tetapi penentu bangsa. Keempat, bukan soal jumlah yang harus 1000 atau 10 orang, akan tetapi lebih cenderung pada sikap cinta tanah air. Jumlah yang banyak jika tidak bermotivasi cinta tanah air, maka tentunya hanya akan menjadi beban bangsa.

Keberlangsungan dan eksistensi bangsa bergantung pada kuat atau tidaknya pemuda selaku pilar dan tulang punggung negara. Apabila di sebuah negara, generasi mudanya rusak, maka dapat diramalkan bahwa negara tersebut akan segera runtuh. Ada lagi kalimat populer lain dari Sukarno yang dikenal dengan JASMERAH (Jangan Sekali-kali Meninggalkan Sejarah). Bangsa yang besar adalah bangsa yang mampu menghargai sejarah perjuangan pendahulunya. Ini bermakna, sebuah gerakan perjuangan di era manapun dan kapanpun harus belajar dari sejarah, berkesinambungan dengan perjuangan di masa lalu, tidak terputus atau menghapus peran dan kontribusi yang telah terjadi. Sebuah gagasan, tindakan, dan sikap aktual dari generasi muda akan bermakna a-historik apabila tidak memiliki keterkaitan atau korelasi kuat dengan semangat merawat peradaban masa lalu yang masih baik dan mengelolanya sebagai spirit membangun

masa depan.

Indonesia adalah bangsa yang besar. Namun, masih terdapat banyak gugatan. Benarkah bangsa Indonesia memberikan perhatian dan menghargai para tokoh pejuang bangsanya yang telah mengorbankan jiwa dan raganya untuk kepentingan negara? Apakah bangsa Indonesia masih menghargai perjuangan para pahlawan (sipil dan militer) mengingat pemahaman sejarah perjuangan bangsa tampak mulai agak memudar? Fakta menunjukkan bahwa saat ini terjadi krisis pengetahuan sejarah dan kesadaran sejarah di kalangan kaum muda Indonesia.

Sejarah dibentuk dan ditransformasi kepada publik, baik melalui penuturan maupun kisah tentang nasionalisme. Nasionalisme merupakan suatu konsep penting yang harus tetap dipertahankan untuk menjaga agar suatu bangsa tetap berdiri dengan kokoh dalam kerangka sejarah pendahulunya. Nasionalisme yang tinggi menentukan eksistensi suatu negara, secara subyektif menjaga dari segala ancaman, baik ancaman internal maupun eksternal. Salah satu upaya terbaik yang selalu ditempuh untuk menanamkan jiwa nasionalisme adalah transformasi nilai sejarah para tokoh melalui pembelajaran non-formal yang dikembangkan melalui media radio.

Program Kisah Tokoh (KT) merupakan siaran pendidikan yang ditayangkan melalui Stasiun Radio Edukasi Balai Pengembangan Media Radio Pendidikan Yogyakarta (BPMRP Yogyakarta) atau stasiun radio mitranya. Program KT ini membahas kisah para tokoh pejuang bangsa yang sarat dengan sikap perjuangan dan nasionalisme kebangsaannya. Program ini disiarkan secara rutin. Melalui program berbasis audio ini diharapkan para pendengarnya akan mampu memupuk nasionalisme bangsa yang belakangan secara perlahan-lahan mulai dirasakan luntur.

Berdasarkan paparan pemikiran tersebut di atas, didapatkan pokok permasalahan: (a) apakah pengertian nasionalisme sebagai nilai sosial?, (b) bagaimana sejarah radio dan perannya dalam pendidikan?, dan (c) apa kontribusi program Kisah Tokoh Radio Edukasi dalam menumbuhkan nasionalisme bangsa?. Tujuan penulisan ini adalah

untuk mengetahui: (a) pengertian nasionalisme sebagai nilai sosial, (b) sejarah radio dan perannya dalam pendidikan, dan (c) kontribusi program Kisah Tokoh Radio Edukasi dalam menumbuhkan nasionalisme bangsa.

Metode yang digunakan dalam tulisan ini adalah deskriptif, yaitu memaparkan suatu masalah, menganalisisnya, menyimpulkan, kemudian memberikan solusi terhadap permasalahan tersebut.

Kajian Literatur dan Pembahasan Nasionalisme Sebagai Nilai Sosial

Pada awalnya, istilah transformasi dalam Kamus Umum berasal dari istilah di bidang ilmu eksakta yang kemudian digunakan ke dalam ilmu sosial dan kemanusiaan. Makna transformasi adalah perubahan bentuk, baik perubahan fisik maupun nonfisik (bentuk, rupa, sifat, dll). Secara sederhana, transformasi diartikan sebagai perubahan nilai dari sikap negatif ke positif, dari tidak bisa menjadi bisa. Transformasi merupakan akibat/dampak yang didorong oleh sebuah gerakan kolektif atau tindakan sosial, termasuk di dalamnya aktivitas siaran di radio.

Nilai sosial adalah konsepsi abstrak manusia mengenai apa yang dianggap baik dan buruk, tepat atau tidak tepat, dan benar atau salah. Nilai sosial dimaknai sebagai nilai yang dianut masyarakat tentang apa yang dianggap baik dan buruk dalam norma pergaulan sosial. Penentuan baik atau buruk, pantas atau tidak pantas melalui proses menimbang, yang amat dipengaruhi oleh kultur setempat. Dikaitkan dengan media, menurut Denis McQuail, maka nilai sosial dibentuk dan dipromosikan oleh media. Media berperan tidak hanya sebagai alat penghibur, pendidik dan pembawa informasi, tetapi media massa termasuk radio adalah juga sebagai media paling populis yang memiliki fungsi korelasi sosial (McQuail, 1994).

Nasionalisme adalah paham universal yang menciptakan dan mempertahankan kedaulatan sebuah negara (*nation*) dengan mewujudkan konsep identitas bersama untuk sekelompok manusia. Diskursus nasionalisme selalu menarik disimak, terlebih lagi di tengah berkembangnya fenomena aktual tentang menipisnya batas-batas geografis dan

kultural antarnegara di dunia akibat proses modernisasi dan globalisasi budaya. Sejalan dengan nasionalisme tersebut, Anderson berpendapat:

What make people love and die for nation, as well as hate and kill in their names? Nation, nationality and nationalism all have proved notoriously, difficult to define. In anthropological spirit, then I proposed the following definition of the nation. It is an imagined political community, and imagined as both, inherently limited and sovereign (Anderson, 2003).

Ikatan nasionalisme tumbuh di tengah masyarakat saat pola pikir individu merosot. Ikatan ini terjadi saat manusia hidup bersama dalam suatu wilayah tertentu dan tak beranjak dari situ. Naluri mempertahankan diri berperan dan mendorong mereka mempertahankan negerinya, tempatnya hidup dan menggantungkan diri. Nasionalisme menonjolkan dirinya dalam dua bentuk, yaitu sebagai paham negara dan gerakan (non-negara) yang berdasarkan pendapat warga, etnis, budaya, keagamaan dan ideologi.

Nasionalisme adalah sebuah kesepakatan para pihak, sebagaimana konsep demokrasi. Demokrasi sebagai pilihan sistem bernegara merupakan wujud nyata kesepakatan lanjutan atas kesadaran bernegara atau kesadaran nasionalisme kenegaraan dan kewargaan, melampaui kesadaran nasionalisme sempit berbasis etnik dan sejenisnya. Demokrasi dapat dilacak bukan hanya pada praksis sistem politik, tetapi pada sistem ekonomi dan kebijakan luar negeri. Sebagaimana diungkapkan Ebenstein bahwa pelaksanaan demokrasi adalah kesepakatan bersama dalam masalah-masalah yang bersifat fundamental. Kesepakatan dijamin oleh adanya konstitusi tertulis (Ebenstein, 1990).

Bagaimana gagasan nasionalisme di Indonesia? Secara normatif telah disepakati bahwa, nasionalisme adalah sumber kehidupan bangsa Indonesia yang berisi kekuatan batin dalam merebut, menegakkan kedaulatan rakyat, mengisi, dan mempertahankannya. Beberapa dogma sosial dalam nasionalisme Indonesia antara lain adalah cinta tanah air dan mendahulukan kepentingan tanah air, jiwa solidaritas dan kesetiakawanan publik, toleransi/tenggang rasa antaragama, antarsuku/golongan, jiwa ikhlas, tanpa

pamrih dan bertanggung jawab dan jiwa ksatria.

Nasionalisme sebagai sebuah kumpulan nilai-nilai sosial (*social values*) dapat dibagi dua, yaitu nilai-nilai dasar dan nilai-nilai operasional. Nilai-nilai dasar meliputi semua nilai yang terdapat di dalam teks Pancasila dan semua nilai yang terdapat di dalam teks proklamasi kemerdekaan. Sedangkan nilai-nilai operasional adalah nilai yang lahir dan hidup di dalam perjuangan bangsa Indonesia yang diaktualisasikan dalam konteks zamannya, diteladankan oleh para tokoh pejuang Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI).

Menurut Sri Sultan Hamengkubuwono X, nasionalisme pada prakteknya terwujud dalam berbagai sektor termasuk sektor pendidikan. Ki Hajar Dewantara merupakan salah seorang tokoh nasionalisme yang memperkenalkan asas trikon (HB X, 1999) di sektor pendidikan dan kebudayaan. Ketiga asas trikon yang dimaksudkan adalah: a).Asas kontinuitas, yang berarti bahwa garis hidup kebudayaan masa kini haruslah berkesinambungan dengan masa lampau, tetapi bukannya ulangan, ataupun tiruan hidup bangsa lain; b). Asas konvergensi, yang berarti bahwa keharusan menghindari isolatif terhadap pergaulan budaya antarbangsa; c).Asas konsentrisitas, yang berarti bahwa dalam interaksi budaya, janganlah kita kehilangan kepribadian dan jati diri sebagai bangsa. Selanjutnya, Sri Sultan mengemukakan tentang adanya pengertian umum tentang kebudayaan hanya yang dipersempit menjadi kesenian. Padahal kebudayaan sesungguhnya mencakup dimensi yang amat luas, sebagaimana yang dikemukakan oleh Y. B. Mangunwijaya, yaitu bersifat multidimensi dan kompleks karena merupakan seluruh totalitas kehidupan manusia.

Dalam kehidupan bernegara, kekuatan penting yang menjamin kelangsungan hidup suatu negara adalah sistem pemerintahannya. Negara kesatuan seperti Indonesia membuka peluang otonomi yang seluas-luasnya agar merangsang keadilan, kreativitas, dan kemandirian dalam masyarakat. Pemberian otonomi adalah jalan keluar untuk mencapai tingkat efektivitas dan efisiensi optimal SDM Indonesia. Pemikiran otonomi daerah berakar kuat dalam sejarah

perjuangan kemerdekaan Indonesia yang dilakukan oleh tokoh-tokoh lintas daerah, etnis dan agama, dan tidak semata-mata oleh tokoh dari pulau Jawa atau Sumatera.

Terdapat perbedaan makna, penjiwaan dan aktualisasi nasionalisme menurut konteks zaman. Pada masa perjuangan, nasionalisme menjadi roh perjuangan melawan kolonialisme dan imperialisme Belanda. Semangat nasionalisme bersifat radikal. Semangat nasionalisme membangkitkan rasa percaya diri untuk merdeka, dan berdaulat. Pada era selanjutnya setelah kemerdekaan diperoleh, maka masuklah periode baru nasionalisme. Substansinya adalah semangat untuk *nation building*, yang di dalamnya terkandung pula *character building* manusia Indonesia sebagai makhluk sosial.

Di dalam wacana Orde baru dikenal istilah: “Pembangunan Manusia Seutuhnya”. Semangat nasionalisme tidak lagi diidealisasikan dalam kerangka ideologis, akan tetapi lebih diletakkan dalam parameter pragmatis partisipatif dalam pembangunan bangsa, yaitu yang dikenal dengan nasionalisme pembangunan (HB X, 1999).

Kemudian, di era pasca Orde Baru, berkembang pemikiran tentang nasionalisme masa depan, yang lebih proaktif terhadap gejala globalisasi ekonomi dan politik. Berbagai pemikiran dan momen historis dari para tokoh yang dikupas di acara “Kisah Tokoh” yang ditayangkan melalui Stasiun Radio Edukasi (Stasiun RE), hendaknya tidak terjebak semata membakukan gagasan dan jejak prestasi dalam kerangka nasionalisme masa lalu. Hendaknya penayangan “Kisah Tokoh” mampu mengupas pemikiran antisipatif dari para tokoh terkait wajah Indonesia di masa depan. Mayoritas tokoh politik dan budaya dalam sepuluh tahun terakhir selalu mewacanakan perlunya nasionalisme baru, dengan tetap berakar pada pemikiran kebangsaan dari para tokoh di masa lalu.

Siaran Radio: Sejarah dan Perannya dalam Pendidikan

Radio adalah suara. Suara adalah modal utama terpaan radio kepada khalayak dan stimulasi yang dikoneksikan kepadanya oleh khalayak. Secara psikologis, suara adalah sensasi yang terpersepsi

dalam kemasan auditif. Setiap suara memiliki komponen visual yang mampu mengkreasi gambaran (*has a visual component, it can create pictures*). Percampuran antara kata, musik dan efek suara lainnya akan memengaruhi emosi pendengar dan mengajak mereka berada di lokasi kejadian yang dikomunikasikan. Semuanya tersimpul dalam konsep *the theatre of mind* (Masduki, 2001).

Radio sebagaimana media komunikasi massa lainnya tidak berada di ruang hampa, tetapi berada dalam komunitas masyarakat yang heterogen dengan segala macam kompleksitas permasalahan. Ketika melakukan proses “*On Air*”, penyiar radio pada hakekatnya berkomunikasi dengan suatu lingkungan sosial lain atas nama institusi radio, ia tidak sendirian. Radio memiliki tanggung jawab sosial dalam keikutsertaannya menjalin dan tidak menciptakan kekacauan. Tanggung jawab sosial ini diwujudkan melalui penyajian informasi yang edukatif dan pertimbangan yang selalu memperhatikan dampak positif dan negatif sebuah acara sebelum disiarkan.

Siaran radio pada dasarnya adalah bagian dari kegiatan komunikasi yang dinamis dan berkembang. Komunikasi tidak terlepas dari kondisi masyarakat itu sendiri. Semakin maju kehidupan masyarakat, teknologi semakin maju seiring berkembangnya waktu. Dewasa ini, media komunikasi amat beragam dan sangat berguna bagi penyebaran informasi dan pesan. Perkembangan yang revolusioner telah terjadi di bidang media komunikasi, dari teknologi analog ke teknologi digital, seperti telepon, televisi, radio, dan internet. Dalam kaitan ini, meskipun telah muncul banyak teknologi media komunikasi, ada satu hal yang penting untuk dicatat, namun eksistensi siaran radio tetap dibutuhkan masyarakat.

Radio merupakan media massa yang cepat menyampaikan pesan dengan cakupan jangkauan yang luas. Selain tercepat dan *accessible* untuk penyebaran berita/informasi, kelebihan siaran radio adalah sangat fleksibel karena dapat diterima tanpa tergantung pada sumber tenaga listrik dan pesawatnya dapat dibawa kemana saja, biaya produksinya murah, dan waktu produksi programnya relatif pendek. Buta huruf bukan kendala untuk mendengarkan radio. Pesawat radio bukan lagi

barang mewah karena harganya sangat relatif terjangkau masyarakat luas.

Selain kelebihan, radio memiliki kelemahan/kekurangan karena hanya berupa suara, tidak ada gambar dan teks. Kelemahan ini dapat pula dilihat sebagai kelebihan karena suara di radio mendorong atau menggugah pendengar untuk menciptakan imajinasi. Kelemahan lainnya dari siaran radio adalah yang berkaitan dengan kualitas suaranya yang sangat tergantung pada kondisi stabilitas udara dan terdengar hanya selintas (tidak bisa diulang atau didokumentasikan) dan cepat sehingga isinya sulit diingat secara lengkap. Tidak bisa mengirim informasi/berita secara lengkap atau mendetail.

Studi akademik radio berada dalam berbagai ranah/arus struktural industri dan kultural (*cultural studies*), seperti teks, genre, SDM, dan institusi. Sebagai institusi yang berkembang dinamis, begitu banyak harapan masyarakat terhadap radio terutama agar materi siarannya sesuai dengan dinamika pendengar yang semakin kritis dan dinamika kehidupan yang juga semakin kompleks. Radio tidak lagi sekedar menghibur dan menjauhkan pendengar dari realitas yang harus mereka pecahkan secepatnya tetapi siaran radio harus menyatu dengan situasi aktual masyarakat di sekitar radio berada. Dalam konteks ini, siaran radio yang berupa informasi menjadi modal utama mencapai peran yang demikian ini.

Siaran radio di Indonesia diatur oleh Undang Undang Nomor 32/2002 tentang Penyiaran yang antara lain membagi sistem siaran menjadi radio lokal dan radio jaringan. Radio lokal adalah radio yang hanya beroperasi di satu wilayah dan dimiliki oleh individu yang tidak memiliki radio lain di dalam jaringan bisnisnya. Sedangkan radio jaringan memiliki empat pengertian, yaitu: a). Radio yang berjaringan dalam sistem telekomunikasi dan berafiliasi kepemilikan kepada pusatnya, seperti ABC (Australia) dan Radio Republik Indonesia; b). Radio berbentuk “*rap network*”, yang hanya berjaringan dalam pemasaran program; c). Radio jaringan sindikasi program yang dikembangkan secara bersama atau oleh salah satu pihak; dan d). Radio yang jaringan dalam semua aspek di atas. Radio jaringan berkembang oleh

tuntutan ekonomi, yaitu efisiensi produksi dan distribusi program (Masduki, 2003).

Studi-studi radio siaran pasca 1998 di Indonesia mencatat perkembangan menarik. Terjadinya transformasi institusi yang diikuti pertumbuhan radio berjenis baru, yaitu: radio komunitas dan radio publik. Kedua kategori radio ini sangat erat dengan konsep edukasi. Peran dan fungsi radio publik dan komunitas sebagai media edukasi yang mendapat legitimasi sama dengan posisi dan peran radio lain yang sudah beroperasi sebelumnya, yaitu radio swasta.

Meskipun secara kuantitas, pertumbuhan radio hanya sekitar 30 persen dalam kurun 1999-2009, tetapi secara substansi telah terjadi diversifikasi jenis (*diversity of form*), yang bertumpu pada prinsip demokratisasi, aksesibilitas pemilikan, dekonsentrasi, dan partisipasi. Radio edukasi lahir berbasis konsep siaran publik dan komunitas. Radio edukasi menjadi model dan strategi pergerakan institusi radio siaran, ke arah penguatan dan pemberdayaan masyarakat, sejalan dengan demokratisasi penyiaran itu sendiri. Berbagai studi tentang edukasi melalui siaran radio setidaknya-tidaknya meliputi variabel. Pertama, bagaimana radio dikonotasikan kepada jenis kelamin tertentu, seperti misalnya: radio untuk siapa dan dikelola oleh siapa? Kedua, radio sebagai teks edukasi sosial yang dieksplor ke ruang publik di satu sisi dan profil khalayak pendengar di sisi lain, bagaimana korelasi dan implikasi keduanya? Ketiga, studi manajerial untuk melihat posisi perempuan yang bekerja di radio, bagaimana kontribusi mereka? Keempat, bagaimana potret kajian akademik radio pada level teoritis dan vokasional? Bagaimana potret jaringan siaran berbasis pemberdayaan masyarakat melalui radio?

Dari konteks segmentasi, radio siaran memiliki hubungan khusus di mata publik Indonesia, terutama kaum marginal, yaitu anak-anak perempuan di lapis bawah (*grass roots*). Uniknya, perempuan dan anak-anak adalah potensial pendengar paling besar untuk radio siaran, terutama di kalangan menengah ke bawah. Radio sebagai teman bekerja, berkiprah di kancah domestik. Radio siaran mencairkan batas-batas isolasi anak muda dan perempuan dari ranah

publik melalui siaran berita dan hiburan. Sejarah radio siaran terutama di Indonesia, selama lebih dari tiga perempat abad mencerminkan dinamika yang monoton, memperkuat stigma global media ini sebagai alat, *tool*, bukan media pluralisme dan advokasi nilai-nilai ke-Indonesiaan.

Radio adalah salah satu dari lima jenis media massa selain televisi, koran, majalah, dan internet. Radio sebagai media elektronik muncul pada tahun 1920-an di Amerika Serikat. Penyiaran informasi dan berita melalui media radio ini hampir menjadi *trend* bersamaan dengan kemunculan radio itu sendiri. Siaran pemilihan umum presiden AS tahun 1920 dicatat sebagai siaran berita radio pertama. Radio dikatakan sebagai anak pertama dunia penyiaran (*radio is the birth of broadcasting*).

Sejarah media penyiaran diawali oleh penemuan teknologi radio. Secara historis, tahun 1895 seorang ahli mesin Italia, Goglermo Marconi, memaparkan temuan teknologi komunikasi telegraf yang sekitar 20 tahun kemudian berkembang menjadi teknologi siaran radio. Pada periode tahun 1919-1921, dimulailah eksperimen siaran radio untuk publik di Eropa (Masduki, 2003).

Sampai dengan tahun 2013, radio siaran telah berumur hampir 120 tahun dan turut mendokumentasi sekaligus memengaruhi berbagai pergeseran ideologi politik, ekonomi dan perubahan global di masyarakat. Selama itu, radio mengalami 3 proses regenerasi. Generasi pertama, yaitu antara tahun 1920-1950-an, ditandai dengan pendirian Radio BBC di Inggris sebagai radio publik pertama di dunia. Generasi kedua, yaitu antara tahun 1960-1980-an, yang ditandai dengan maraknya radio komersial dan radio komunitas di berbagai negara. Generasi ketiga adalah antara tahun 1990 sampai dengan sekarang ditandai hadirnya radio digital (*digital audio broadcasting*), radio jaringan, dan radio berbasis internet.

Radio merupakan media penyampaian data berkonteks pada komunikasi interaktif. Komunikasi interaktif merupakan komunikasi penyampaian pesan yang dilakukan oleh pengirim kepada penerima pesan melalui suatu media komunikasi yang dua arah. Pada

teknologi radio, pengirim pesan merupakan seorang penyiar yang menyiarkan pesan. Sedangkan penerima pesannya disebut pendengar.

Manfaat radio bagi kehidupan masyarakat antara lain adalah untuk mendapatkan informasi secara lengkap dan cepat. Misalnya seorang pengendara mobil mendengarkan radio dengan siaran informasi lalu lintas. Ini kebutuhan untuk mendapatkan berita terbaru sehingga dapat terhindar dari kemacetan lalu lintas. Selain itu, radio juga berguna untuk mendapatkan hiburan. Ketika seseorang merasa kesepian, maka rasa kesepiannya dapat diatasi dengan mendengarkan radio melalui siaran yang memutar lagu-lagu hits atau siaran acara yang sangat komunikatif. Jika dibandingkan dengan situasi terkini 2013, maka tampaknya telah terjadi pergeseran signifikan, di mana pada masa lalu, penggunaan radio lebih cenderung pada pencarian informasi. Namun dewasa ini, masyarakat pada umumnya lebih cenderung memanfaatkan siaran radio untuk media informasi dan hiburan.

Radio dalam ensiklopedi Indonesia diterjemahkan sebagai media penyampaian informasi dengan pemanfaatan gelombang elektromagnetik bebas yang memiliki frekuensi kurang dari 300 GHz (panjang gelombang lebih besar dari 1 mm). Sedangkan istilah "radio siaran" atau "siaran radio" berasal dari kata "*radio broadcast*" (Inggris) atau "*radio omroep*" (Belanda) yang berarti penyampaian informasi kepada khalayak berupa suara yang berjalan satu arah dengan memanfaatkan gelombang radio sebagai media.

Undang-Undang Penyiaran Nomor 32/2002 mengatur bahwa radio siaran sebagai kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancar dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau media lainnya. Dengan sarana yang demikian ini disertai dengan penggunaan perangkat penerima siaran, maka siaran radio dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat. Melalui siaran radio, berbagai informasi dapat disebarluaskan dalam waktu yang relatif cepat, bahkan sampai ke daerah yang dikategorikan sebagai *blank spots*. Selain di daerah perkotaan, radio di

Indonesia melayani lebih dari 70% penduduk pedesaan.

Jika diperhatikan karakteristik dan kekuatan radio, maka dinilai sangat tepat bagi institusi pemerintah/publik memanfaatkan media ini untuk kepentingan pendidikan. Melalui radio, pembelajaran akan lebih menyenangkan. Anak-anak akan dapat menikmati cerita atau dongeng yang penyajiannya hanya mengandalkan "suara" yang mengkondisikan untuk mampu membangkitkan daya imajinasi mereka sendiri. Sampai dengan tahun 2013, radio masih dipandang oleh para pemilik opini sebagai saluran yang mempunyai pendengar efektif (Panuju, 2005). Baik guru yang menyampaikan materi pembelajaran maupun siswa sebagai pendengar dapat saling bertukar pendapat tentang materi pelajaran yang disampaikan. Radio juga menjundang a dalam berbagai ranah/arai Tekkomdik Dinas pendidikan Provinsi Aceh tinggi perbedaan karakteristik pendengarnya. Tidak selamanya siaran melalui media radio terkesan formal. Melalui metode bercerita/berkisah tentu akan menjadi daya tarik tersendiri. Pendengar senang mendengarkannya, pesan yang akan diutarakan pun tersampaikan dengan baik.

Adanya media radio pendidikan merupakan perkembangan baru yang memberi nuansa positif dalam penyebarluasan informasi pendidikan. Meningkatnya pemahaman masyarakat tentang program pendidikan akan meningkatkan kemauan masyarakat untuk terlibat dalam menyukseskan program-program pendidikan yang dicanangkan pemerintah. Secara sederhana, program siaran pendidikan yang disajikan melalui media radio akan memberi pembelajaran kepada masyarakat pendengar yang pada akhirnya diharapkan akan lebih meningkatkan wawasan dan pengetahuan mereka.

Pengaruh radio terhadap kehidupan sosial telah banyak diteliti dan salah satu di antaranya adalah pengaruh konsumerisme. Pengertian tentang pengaruh konsumerisme adalah suatu keadaan di mana pendengar terpengaruh oleh program yang didengarnya terutama yang berupa iklan komersial. Keadaan yang demikian ini dapat terjadi karena dua faktor, yaitu: Pertama, stasiun radio mencoba menyiarkan program menarik dan edukatif untuk

ditempatkan pada waktu terbanyak (*prime time*) kebiasaan mendengar setiap hari. Kedua, stasiun radio mengkombinasi model siaran *on air* maupun *off air*. Strategi penyiaran pada jam utama dan integrasi *on-air off-air* terbukti efektif membangun pesan yang disampaikan kepada publik, baik komersial maupun pesan sosial.

Sebagai media pembelajaran, radio siaran yang misi utamanya adalah di bidang pendidikan tentunya tidak dapat menyusun sendiri program siarannya. Pengelola program siaran haruslah benar-benar memahami apa yang dibutuhkan oleh para pendengarnya. Pada dasarnya, program siaran dirancang dan ditujukan bukanlah untuk kepentingan penyiar atau pengelola program melainkan untuk kebutuhan para pendengar. Mengetahui secara persis apa yang menjadi kebutuhan pendengar merupakan suatu hal yang sangat penting, tidak sekedar menghadirkan acara dengan materi atau kemasan baru tetapi isinya tetap berbahan baku lama.

Pengelolaan program siaran membutuhkan pendapat dari khalayak pendengar. Persaingan di antara pengelola stasiun radio pada dasarnya adalah persaingan merebut perhatian pendengar. Untuk dapat merebut perhatian pendengar, pengelola stasiun radio termasuk radio edukasi harus memahami siapa khalayak pendengarnya, dan apa yang menjadi kebutuhan mereka. Di era persaingan dewasa ini, setiap program di radio harus memiliki strategi yang jelas dan memberikan dampak yang signifikan apabila berharap untuk dapat merebut perhatian publik.

Kisah Tokoh dan Transformasi Nasionalisme

Sesuai dengan judul acara “Kisah Tokoh” yang disiarkan melalui Stasiun Radio Edukasi, maka dapatlah dikatakan bahwa acara ini menggunakan pendekatan kisah, yaitu bercerita sebagai bentuk ungkapan dalam penyajian siarannya. Bentuk bercerita di radio sangat populer pada tahun 1990-an saat acara sandiwara radio mendominasi konten siaran. Terdapat dua elemen dalam program acara “Kisah Tokoh”. Pertama, kisah (*story*) sebagai suatu cara/pendekatan menyajikan kronologis peristiwa, pemikiran dan perjalanan hidup seseorang berdasarkan waktu, lokasi dan profil yang

bersangkutan, baik di tingkat lokal, nasional maupun internasional. Kedua, tokoh sebagai substansi konten yang ingin diungkap.

Terminologi tokoh kerap kali diidentikkan dengan popularitas dan kompetensi seseorang terhadap sebuah gagasan, tindakan dan peristiwa penting yang berlangsung di masa lalu. Anggapan yang mengatakan bahwa seorang tokoh harus populer di mata publik adalah mitologi yang dikembangkan sendiri oleh media. Keadaan yang demikian ini penting untuk dicermati. Popularitas semestinya merupakan konsekuensi semata dari karya penting yang telah diperlihatkan oleh figur yang bersangkutan di masyarakat. Akibat pemusatan media massa di Jakarta selama 30 tahun lebih, maka masih sangat jarang diketahui keberadaan karya dan kisah tokoh dari luar Jawa.

Program Kisah Tokoh (KT) yang disiarkan melalui Stasiun Radio Edukasi secara kemasan tergolong dalam kategori format *feature*. *Feature* disebut pula Berita Kisah, karena penyajian yang mirip bercerita dari awal sebuah peristiwa, pergulatan pengalaman hidup pelaku atau pendapat nara sumber yang menyertai di dalamnya hingga mencapai puncak. Durasi siarannya berkisar antara 3 hingga 30 menit. Komponen isi sebuah *feature* adalah: a). Teks berisi uraian peristiwa dan data, b). Insert pernyataan pihak-pihak yang terlibat dalam sebuah peristiwa seperti pelaku, aparat hingga pengamat atau ahli, c). Berbagai suara asli dari obyek peristiwa, d). Musik yang dipergunakan sebagai ilustrasi di awal, tengah dan akhir kemasan *feature*.

Dari segi isi, ada tiga bentuk *feature*: a). analisis, yaitu *feature* yang menguraikan problem aktual warga, misalnya sulitnya membuat KTP baru setelah hilang ditelan bencana, diawali pernyataan warga yang sulit mencari KTP, kemudian tanggapan kelurahan. b). profil, yaitu *feature* yang menguraikan identitas, kiprah dan pandangan seorang tokoh agar bisa ditiru orang lain, misalnya profil sukarelawan Aceh. c). kemanusiaan, yaitu *feature* yang menguraikan fenomena sosial masyarakat pinggiran, seperti anak jalanan, atau fenomena budaya lokal seperti sunatan massal atau sholawatan (Sahana, 2010).

Program Kisah Tokoh diproduksi dengan durasi 30 menit, dibagi ke dalam tiga hingga empat segmen, mengikuti logika siaran radio yang membutuhkan jeda waktu untuk tayangan selingan, iklan layanan atau jeda bebas bagi pendengar. Setiap segmen memiliki fokus uraian yang berbeda, menggunakan model kombinasi filmis: pengenalan situasi dan aktivitas rutin keseharian sebagai pembuka, kupasan isu atau peristiwa terpenting sebagai bagian utama, dan uraian mutiara edukatif dari segmen kehidupan tertentu sebagai klimaks.

Melalui pola penyajian seperti tersebut di atas, maka proses transformasi nilai menjadi mudah, enak disimak dan diharapkan para pendengar tidak mengalami kebosanan mengikuti siaran dari awal hingga akhir. Acara Kisah Tokoh memiliki urgensi yang tinggi bagi generasi muda di seluruh Indonesia. Program Kisah Tokoh ini sengaja dirancang untuk menanamkan semangat (motivasi) menghargai orang lain dan meneladani kesuksesannya, memberikan pencerahan dan menanamkan kesadaran akan nilai-nilai luhur bangsa sendiri dan semangat juang orang-orang sukses.

Untuk itu Kisah Tokoh berpotensi menjadi acara yang tidak hanya edukatif tetapi juga menarik karena adanya kebutuhan (*need*) yang tinggi terhadap konten siaran sejarah berformat auditif yang diharapkan dapat menginspirasi dan mengembangkan sikap nasionalisme seperti yang diteladankan tokoh-tokoh bangsa.

Simpulana dan Saran

Simpulan

Nasionalisme adalah sumber kehidupan bangsa Indonesia yang berisi kekuatan batin dalam merebut, menegakkan kedaulatan rakyat, mengisi, dan mempertahankannya. Sebagai nilai-nilai sosial, nasionalisme dapat diwujudkan melalui cinta tanah air dan mendahulukan kepentingan tanah air, jiwa solidaritas dan kesetiakawanan publik, toleransi/

tenggang rasa antaragama, antarsuku/golongan, jiwa ikhlas, tanpa pamrih dan bertanggung jawab dan jiwa ksatria. Transformasi nilai-nilai sosial nasionalisme sangat urgen di tengah krisis nasionalisme di lingkungan generasi muda, terutama dengan menggunakan pendekatan media komunikasi populer, termasuk radio siaran. Radio siaran memiliki sejarah panjang sebagai media edukasi dalam proses transformasi nilai-nilai sosial termasuk nilai dan semangat nasionalisme, sejak zaman kolonial hingga orde reformasi karena keunggulannya sebagai media audio yang sangat berakar di kalangan masyarakat lapisan bawah.

Program Kisah Tokoh yang disiarkan melalui radio edukasi dan radio-radio mitranya di wilayah nusantara merupakan wahana pembelajaran terkait nasionalisme karena memiliki pendekatan produksi yang fokus kepada kisah para tokoh panutan, yang dikemas dalam format *feature* sehingga mudah dicerna pendengar. Kisah Tokoh ini sengaja dirancang untuk menanamkan semangat (motivasi) menghargai orang lain dan meneladani kesuksesannya, memberikan pencerahan dan menanamkan kesadaran akan nilai-nilai luhur bangsa sendiri serta semangat juang orang-orang sukses. Dengan adanya siaran pendidikan program Kisah Tokoh ini diharapkan dapat memberikan kontribusi (pengaruh) yang dapat dapat menginspirasi dan mengembangkan sikap nasionalisme seperti yang diteladankan tokoh-tokoh bangsa.

Saran

Dengan adanya program Kisah Tokoh yang disiarkan melalui Stasiun Radio Edukasi, para orang tua dapat mengajak putra-putrinya untuk mendengarkan siaran Kisah Tokoh melalui frekuensi AM 2,51 KHz atau streaming di <http://www.radioedukasi.com>. Bagi pendengar yang tinggal di luar wilayah Yogyakarta dapat mendengarkan program Kisah Tokoh melalui beberapa radio mitra yang bekerjasama.

Pustaka Acuan

- Anderson, Benedict. 2003. Imagined Communities. Philippines:Anvil Publishing.*
- Ebenstein, William. 1990. Isme Isme Dewasa Ini, Edisi 9. Jakarta: Penerbit Erlangga.*
- Hamengku Buwono X, Sri Sultan. 1999. Bercermin di Kalbu Rakyat. Yogyakarta: Kanisius.*
- McQuail, Denis. 1994. Mass Communication Theory, An Introduction, Third Edition. London: Sage Publication.*
- Masduki. 2001. Jurnalistik Radio. Yogyakarta: Penerbit LKiS.*
- Masduki. 2003. Radio Siaran dan Demokratisasi. Yogyakarta: Penerbit Jendela.*
- Masduki. 2010. Radio Siaran, Teknologi dan Laki-Laki. Jakarta: Penerbit Jurnal Perempuan, Undang-Undang RI No. 32/2002 tentang Penyiaran*
- Panuju, Redi. 2005. Nalar Jurnalistik: Dasarnya Dasar Jurnalistik. Yogyakarta: Bayumedia Publising*
- Sahana, Kecuk. 2010. Produksi Program Radio, Komunikasi. Yogyakarta: UII Press.*
