

COMBINE RESOURCE INSTITUTION

PERGULATAN MEDIA KOMUNITAS DI TENGAH ARUS MEDIA BARU

**Studi Kasus Lima Media Komunitas
di Indonesia**

MARIO ANTONIUS BIROWO
IDHA SARASWATI

RANGGABUMI NUSWANTORO
FERDHI FACHRUDIN PUTRA

Pergulatan Media Komunitas di Tengah Arus Media Baru: Studi Kasus Lima Media Komunitas di Indonesia

Tim peneliti

Mario Antonius Birowo
Ranggabumi Nuswantoro
Idha Saraswati
Ferdhi Fachrudin Putra

Penyelaras bahasa

Apriliana Susanti

Penata letak

Adji Satria

Penerbit

Combine Resource Institution
Jl. KH Ali Maksum No 183
Pelemsewu, Panggunharjo,
Sewon
Bantul, DI Yogyakarta, 55188
Telp/fax: 0274-411123
www.combine.or.id

Desain sampul

Adji Satria

Cetakan pertama, Oktober 2016



Siapa pun bisa mengutip, menyalin dan menyebarkan sebagian atau keseluruhan tulisan dengan menyebutkan sumber tulisan dan mencantumkan jenis lisensi yang sama pada karya publikasi, kecuali untuk kepentingan komersial.

Kata Pengantar

Istilah *citizen journalist* di Indonesia menjadi begitu terkenal setidaknya 3-4 tahun terakhir. Uniknyanya yang membuat terkenal justru media-media arus utama, cetak maupun elektronik, terutama televisi. Mereka berlomba membuat halaman khusus, segmen siaran khusus yang menayangkan berita-berita kiriman para jurnalis warga.

Fenomena itu sebenarnya sekadar cermin, ada diskursus yang lepas di sini, yaitu tentang posisi warga dalam media. Pembahasan jurnalis warga, jurnalis lepas hingga *blogger*; dari media warga, media komunitas hingga media alternatif, semuanya seakan terlepas dari kerangka besar kajian tentang media.

Beragam kajian dalam seminar, buku maupun artikel ramai membahas seluk beluk era jurnalisme digital. Tetapi hampir semua pembahasan diletakkan dalam konteks media arus utama sebagai aktor utama. Mulai dari gaya pengemasan berita, perubahan kultur mengakses media, hingga dampaknya pada pola bisnis. Tak heran saat istilah *citizen journalist* diletakkan sebagai bagian kecil dari—kalau tidak mau disebut subordinat—media arus utama nyaris tidak ada yang menyoal. Padahal jelas mestinya ini menyulut debat tentang perlindungan moral, karena bagaimanapun media arus

utama adalah sebuah perusahaan, bagian dari industri yang tidak bisa begitu saja bersandar pada “kerelaan” para jurnalis warga.

Tapi baiklah, kita simpan dulu diskusi menarik itu. Bicara tentang media komunitas memang kompleks. Bagi Combine Resource Institution (CRI), media komunitas ini tumbuh berbasis kebutuhan komunitas. Kebutuhan akan informasi, tidak hanya mengakses namun juga memproduksi. Produksi informasi ini akan menjadi bagian dari upaya penyelesaian masalah maupun kampanye keberhasilan yang telah mereka capai agar dapat menjadi pembelajaran komunitas sejenis yang lain.

Artinya, kehadirannya tidak bisa dipaksakan, meskipun bisa diperkenalkan dan didorong. Konsep media sebagai *public sphere* seperti diuraikan Habermas, yaitu sebagai ruang dimana publik melakukan diskusi hingga pengawasan terhadap pemerintah, diharapkan ada di media komunitas, meski tentu dengan porsi berbeda-beda. Para warga bertemu di ruang publik itu untuk mendiskusikan permasalahan kepentingan bersama tanpa paksaan dan kekerasan. Media seperti ini menjadi sulit berkembang di kala kekuatan modal membawa pengaruh kuat dalam membentuk karakter media (Dahlgren, 2009). Makna dan dampak media bagi masyarakat dalam korelasi yang setara adalah hal yang mestinya mendapat perhatian untuk digali, tidak melulu menggunakan perspektif *a la* perusahaan media, termasuk para karyawannya.

Maka ketika mendapati jumlah media komunitas secara kuantitatif stagnan atau malah berkurang—tentu dari data CRI secara sepihak, gumpalan pertanyaan pun membunyah. Apakah memang kebutuhan komunitas untuk bermedia sudah berkurang? Ataukah kebutuhan akan informasi, baik sebagai konsumen dan produsen, sudah sedemikian mudah didapatkan oleh siapapun dari

internet? Jika benar demikian, apakah jumlah warga akar rumput yang mampu memanfaatkan internet sedemikian rupa, sudah sangat signifikan? Lalu bagaimana nasib media komunitas dan pegiatnya yang masih bermedia secara “tradisional”?

Lantas mulailah banyak sekali pertanyaan yang menggerojok terkait dengan pengaruh media baru bagi media komunitas, bercampur dengan pertanyaan klasik seperti tentang cara media komunitas bertahan hidup. Kami tersadar, selama bertahun bergelut bersama para pegiat media komunitas yang tangguh-tangguh, belum banyak pertanyaan yang kami gali jawabannya. Padahal jawaban pertanyaan-pertanyaan tersebut menjadi penting sebagai bahan belajar bersama bagaimana pola khas media komunitas di Indonesia. Bahannya bersumber dari komunitas, kemudian menjadi pembelajaran komunitas lain dan seterusnya sebagai sebuah siklus yang, meminjam istilah di media sosial, viral.

Riset sederhana ini lebih diharapkan sebagai awal. Harapannya setelah ini ada banyak penelitian lain menyusul, dengan beragam fokus isu yang makin kompleks. Media komunitas di Indonesia sesungguhnya merupakan sumber belajar yang tak pernah habis. Tidak ada satu pun pihak yang dapat sendirian memerankan diri sebagai “satu-satunya” teman belajar mereka, apalagi mengklaim diri sebagai pakar.

Kami pun sadar masih punya banyak keterbatasan, terutama saat dihadapkan pada tuntutan bersifat akademik dan terstruktur. Berpijak pada kesadaran itulah kami berterima kasih pada Mario Antonius Birowo dan Ranggabumi Nuswantoro dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah bersedia membantu kami dalam penelitian kecil ini. Terima kasih pula pada sahabat-sahabat media

komunitas yang bersedia meluangkan waktu bersama kami dalam penelitian ini.

Semoga ke depan makin banyak teman-teman akademisi maupun pihak yang peduli pada dunia media komunitas yang “sunyi popularitas” serta bersedia bergandengan, saling belajar dengan warga akar rumput, sumber pembelajaran yang tak pernah kering.

Imung Yuniardi

Direktur COMBINE Resource Institution

Daftar Isi

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	vii

BAB I

Pendahuluan	1
1. Latar belakang	1
2. Internet dan tantangan media komunitas	6
3. Rumusan masalah	10
4. Tujuan penelitian	10
5. Kerangka pemikiran	11
a. Apa itu media komunitas?	11
b. Media baru	15
c. Adopsi media baru oleh media komunitas	16
6. Metode penelitian	20

BAB II

Sejarah dan Profil Media Komunitas	23
1. Radio Komunitas Best FM	24
2. Radio Komunitas Wijaya FM	27
3. Radio Komunitas Suandri FM	29
4. Radio Komunitas Primadona FM	32
5. Speaker Kampung	34

BAB III

Transformasi Menuju Media Baru 37

1. Transformasi 39
2. Aplikasi media baru menurut teori difusi inovasi 51
3. Kekurangan dan kelebihan media baru 70

BAB IV

Ide, Informasi, dan Perubahan Sosial: Dampak Media Baru Bagi Media Komunitas 72

1. Inovasi media komunitas: Dari konten hingga dampak sosial ekonomi 73
2. Media baru dan terciptanya demokrasi digital 79
 - a. Akses terhadap teknologi informasi dan komunikasi 81
 - b. Akses terhadap informasi 81
 - c. Akses terhadap pengambil keputusan 82
 - d. Akses terhadap sumber-sumber pendapatan 83
3. Media komunitas dan *virtual public space* 88

BAB V

Siasat Bertahan Media Komunitas 95

1. Regulasi 96
2. Keterbatasan alat 99
3. Keterbatasan akses internet 100
4. Keterbatasan sumber daya manusia 102
5. Keterbatasan biaya 104

BAB VI

Kesimpulan dan Rekomendasi 108

Daftar Pustaka 113

BAB I

Pendahuluan

1. Latar belakang

Selama dua dekade terakhir, perkembangan media informasi dan komunikasi begitu pesat. Perkembangan tersebut meliputi banyak aspek, di antaranya aspek *medium*, *aktor* dan *konten*. Dari aspek *medium* (teknologi), perkembangan terlihat dari media-media konvensional seperti surat kabar (cetak), radio, dan televisi yang perlahan bertransformasi menjadi media digital atau dikenal sebagai *Media Baru (New Media)*. Sejak medio 2000-an, surat kabar di Amerika Serikat dan Inggris mengurangi jumlah produksi terbitan cetaknya. Sebagian lagi bahkan kolaps atau beralih secara penuh ke media digital. Sebut misalnya, perusahaan surat kabar tertua di dunia, *Lloyd's*, yang mengakhiri edisi cetaknya pada Desember 2013 (*Bisnis.com*, 26 September 2013). Sebab utama adalah menurunnya oplah penjualan yang berdampak negatif terhadap finansial perusahaan. Maka untuk mencegah kerugian yang lebih besar, perusahaan-perusahaan media (selanjutnya disebut media saja) tersebut memilih untuk beralih ke medium yang mulai menjadi primadona warga dunia: internet.

Tidak hanya di Amerika Serikat dan Inggris, fenomena tersebut terjadi di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Pemain-

pemain lama media cetak, satu per satu mulai membangun media dalam jaringan (*online*) agar mampu merengkuh pembaca yang mulai menggunakan medium seperti komputer (PC, laptop, dsb.) maupun ponsel pintar (*smartphone*). Pada akhirnya, setiap media memiliki portal dalam jaringan. Medium internet, meski sudah digunakan sejak awal 1990-an, baru masif dimanfaatkan pada awal 2000-an. Lonjakan pengguna internet di seluruh dunia selama 15 tahun terbilang spektakuler. Pada tahun 2000, hanya ada 413 juta pengguna internet di seluruh dunia. Satu setengah dekade kemudian, jumlahnya meningkat enam kali lipatnya, menjadi 2,9 miliar (*internetlivestats.com*, 2015).

Di Indonesia, perkembangan pengguna internet lebih pesat lagi. Pada akhir 1995, jumlah pengguna internet hanya 40.000 orang (Hill dan Sen, 2007: 196). Namun pada 2013, pengguna internet melonjak menjadi 74,6 juta orang. Survei pasar yang dilakukan oleh *Markplus Insight* dan majalah *online Marketeers* pada rentang Agustus – September 2013, juga menunjukkan bahwa 31,7 juta dari total pengguna bisa digolongkan sebagai ‘*netizen*’ (orang yang *online* sedikitnya tiga jam dalam sehari) (*Techinasia.com*, 13 Oktober 2013).

Internet juga turut menandai pergantian rezim di Indonesia pada akhir 1990-an. Internet menjadi pemicu sekaligus saksi euforia runtuhnya rezim Orde Baru (Orba). Dua tahun terakhir sebelum Soeharto diturunkan paksa, internet sudah digunakan oleh kelompok oposisi kelas menengah urban untuk menghindari sensor pemerintah (Hill dan Sen, 2007: 194). Di masa Orba, pemerintah sangat ketat mengawasi media. Perusahaan-perusahaan media diawasi agar tidak bersikap kritis terhadap pemerintah. Rezim melakukan penyensoran mulai dari tahapan pembentukan

media, pra-produksi konten, hingga pasca-produksi. Kontrol negara yang begitu kuat membuat gerak media menjadi sangat terbatas dan memaksa mereka melakukan *self-censorship* agar tak dibreidel. Media cetak dan elektronik (radio dan televisi) yang hendak mengudara harus memiliki izin pemerintah melalui SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers). Di luar yang terdaftar, media dengan basis teknologi apapun akan dilabeli ‘gelap’ atau ilegal. Kehadiran teknologi internet yang sulit dikontrol¹ menjadi penanda permulaan proses demokratisasi, khususnya sektor media, di Indonesia.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet, telah membuka ruang yang begitu luas bagi setiap orang untuk mencari maupun membagikan informasi. Hal ini membawa perubahan besar bagi dunia media, negatif maupun positif. Dengan akses yang hampir tak terbatas untuk mencari maupun membagikan informasi, semua orang yang punya akses terhadap internet kini bisa membikin medianya sendiri. Oleh sebab itu, internet (melalui situs web, blog, media sosial, dsb.) kemudian tidak hanya dimanfaatkan oleh para ‘pemain lama’, tetapi juga ‘pemain baru’. Kemudahan dalam membuat situs web memicu munculnya aktor-aktor baru dalam belantika media di Indonesia. Ini yang menarik.

Perkembangan teknologi yang semakin terbuka, sejalan dengan pertumbuhan *aktor* yang kian beragam. Selain media-media baru berbasis perusahaan yang berorientasi profit, muncul juga media-media berbasis komunitas yang lebih menekankan

1 Sarjana David T. Hill dan Krishna Sen (2007:202), menduga Orde Baru tidak siap menghadapi perubahan teknologi yang begitu cepat, sama seperti pemerintah di negara-negara lain.

pelayanan informasi untuk komunitas (non-profit). Sama seperti yang terjadi di ranah *mainstream*, media komunitas juga terbagi antara ‘pemain baru’ dan ‘pemain lama’. Jika pemain-pemain baru terdiri dari orang atau kelompok yang sebelumnya tidak bermedia, maka pemain-pemain lama adalah media-media komunitas konvensional, seperti buletin dan radio komunitas, yang bertransformasi ke bentuk media digital.

Sebelum adanya internet, media komunitas sudah tumbuh di mana-mana dengan berbagai bentuk teknologi, misalnya buletin, radio, televisi, bahkan papan informasi publik. Pun, jauh sebelum teknologi dari periode modern tersebut digunakan, Indonesia dengan pelbagai macam budaya, telah memiliki sistem komunikasinya sendiri. Bentuk-bentuk ‘media’ tradisional seperti forum warga, tarian atau teater kampung, dsb., telah mengisi ruang-ruang komunikasi masyarakat. Namun, seiring arus modernisasi, media tradisional pun perlahan bergeser mengikuti perkembangan teknologi informasi. Teater (drama) kampung yang sarat dengan nilai kearifan lokal, misalnya, bisa diadaptasi dalam siaran radio. Kehadiran teknologi cetak, radio maupun televisi merupakan konsekuensi zaman yang tak terelakkan. Begitu juga dengan internet.

Dengan *medium* yang semakin canggih dan *aktor* yang kian ramai, isi atau *konten* informasi pun kian variatif. Jika dulu informasi selebritas hanya seputar yang kasat mata, misalnya, kini berita—jika bisa disebut berita—yang tidak penting mengenai selebritas pun diumbar ke publik. Jika dulu berita hanya melulu seputar peristiwa atau tragedi, kini berita bisa muncul dalam bentuk yang begitu personal, namun dengan tujuan untuk melihat fenomena lebih mendalam. Jika dulu informasi hanya seputar Jakarta, atau

setidaknya pulau Jawa, kini berita-berita sudah mampu mencakup ke daerah-daerah luar Jawa yang sulit dijangkau oleh media-media di ibukota. Munculnya informasi-informasi dari daerah memang cukup banyak dibantu oleh kehadiran media-media lokal. Namun, peran media komunitas di sini juga cukup krusial.

Media lokal, hampir tidak berbeda dengan media arus utama ibukota, yakni memiliki kendala jarak dan biaya. Perusahaan media tidak akan mau membiayai liputan jika peristiwa itu tidak benar-benar memberikan dampak balik finansial yang positif—karena adanya faktor orientasi profit. Kesenjangan (*gap*) itulah yang kemudian diisi oleh media komunitas. Louie Tabing (2000:77), melihat media komunitas berpotensi mengisi kesenjangan dalam sistem media yang ada saat ini. Pun jika kita menengok aspek praktik jurnalistiknya. Media komunitas, dengan begitu akan diisi oleh orang-orang yang ‘bekerja’ untuk komunitas, yang biasanya disebut sebagai jurnalis warga. Aktivitas jurnalis warga biasanya bersifat volunteristik. Mereka akan menuliskan berita yang mereka lihat, yang bermanfaat bagi komunitasnya.

Keunggulan media komunitas di era ketika apapun-bisa-menjadi-berita adalah sifatnya yang *hyperlocal*² dan tidak terpusat (non-sentralistik). Media komunitas kerap menyajikan berita atau informasi yang selama ini tidak tersentuh, bahkan tidak terpikirkan, oleh media arus utama. Media komunitas muncul secara sporadis, bukan karena disengaja, melainkan karena kebutuhan yang mendesak (Tabing, 2000: 77). Media-media ini hadir dengan nama, karakter, visi dan misi yang berbeda, namun memiliki esensi yang sama, yakni memperkaya khasanah informasi.

2 Istilah *hyperlocal* digunakan oleh sejumlah pakar dan institusi akademik untuk merujuk pada media komunitas. Salah satunya adalah Cardiff University.

Eksplorasi media komunitas bahkan melampaui media-media pada umumnya karena minimnya benturan kepentingan (*conflict of interest*).

2. Internet dan tantangan media komunitas

Teknologi internet sangat mendorong perkembangan media komunitas di seluruh dunia. Internet mengubah pola bermedia dari yang semula satu arah menjadi dua arah, bahkan multi-arah. Media komunitas adalah media yang sumber informasinya berasal dari banyak pihak (*crowd source*). Meski tak dimungkiri bahwa media komunitas dalam bentuk cetak, radio maupun televisi bisa dikelola secara dua arah, tetapi internet, dengan formatnya yang begitu fleksibel, menjadi sangat relevan bagi media komunitas. Sifat internet yang mengglobal juga memungkinkan interaksi antarmedia komunitas terjadi. Ciri khas media komunitas (berbasis teritori) yang cakupan dan jangkauannya terbatas bisa diatasi dengan internet, sehingga media komunitas tidak lagi isolatif, tetapi bisa sangat terbuka. Internet memungkinkan proses artikulasi informasi menjadi lebih cepat dan mudah—tidak saja aktual, bahkan *real-time*. Dan Gillmor (2006:27) mengatakan bahwa internet merupakan sistem publikasi yang sangat berpengaruh yang digunakan pelbagai jurnalis untuk menciptakan efek yang besar.

Namun, perkembangan media komunitas di era internet tidak selalu positif. Selain menawarkan keunggulan teknologi, internet nyatanya memberikan tantangan bagi media komunitas. Kehadiran internet di Indonesia merupakan lompatan besar bagi media komunitas. Sebab di masa Orba, media komunitas bisa

dibilang hampir tidak ada.³ Pada masa pemerintahan Soeharto media berada di bawah pengawasan pemerintah dan dikontrol melalui berbagai lapisan proses sensor, resmi maupun tidak resmi, dan melalui kepemilikan (Hill dan Sen, 2001: 14).

Keberadaan radio, misalnya, tidak ada yang pernah benar-benar lepas dari kontrol pemerintah. Pada 1970, Pemerintah Orba mengeluarkan peraturan pemerintah yang mengatur siaran radio non-pemerintah (yang kemudian dikategorikan sebagai radio swasta). Setiap radio yang mendapatkan izin pemerintah tidak diperbolehkan memuat konten politis dan semata hanya menyiarkan hiburan atau *me-relay* informasi dari Radio Republik Indonesia (RRI). Dengan jangkauan yang sempit, pengawasan terhadap radio tidak dilakukan oleh pemerintah pusat, melainkan oleh pemerintah daerah melalui Badan Pembina Radio Siaran Non Pemerintah (BPRSNP). Badan ini yang menjalankan fungsi kontrol—preventif maupun represif—seperti memeriksa materi siaran dan laporan bulanan setiap stasiun radio. Setiap stasiun radio yang akan didirikan harus mendapatkan izin pemerintah. Setiap izin harus diajukan ke Jakarta dengan proses yang panjang—bisa berbulan-bulan—dan dengan tebusan uang jutaan rupiah. Proses ini kerap dihindari oleh stasiun-stasiun radio kecil, karena itulah banyak bermunculan ‘radio gelap’ di berbagai penjuru negeri. Tetapi dengan langkah demikian, mereka berisiko besar dibredel

3 Radio komunitas yang keberadaannya diatur dalam UU Penyiaran tahun 2002, misalnya, di bawah rezim Orba disebut sebagai radio ‘gelap’ (ilegal). Pun UU Pers tahun 1999, yang dianggap sebagai produk reformasi, belum mewadahi aktivitas jurnalistik non-profesi yang dilakukan oleh warga. Padahal, media komunitas dan jurnalisme warga seperti dua sisi mata uang yang tak bisa dipisahkan. Artinya, di era internet ini, media komunitas yang ‘legal’ masih media komunitas dengan basis teknologi radio dan televisi.

sewaktu-waktu karena dianggap melanggar aturan (Hill dan Sen, 2001: 100).

Ketika Orba berakhir, media-media ‘gelap’ ini perlahan muncul ke permukaan dan tidak sungkan beraktivitas secara terbuka, bahkan untuk hal politis. Media komunitas dengan basis teknologi cetak dan radio muncul bak jamur di musim hujan.

Sejak awal tahun 2000-an, Combine Resource Institution (CRI) menjadi salah satu lembaga yang turut aktif mendorong munculnya radio komunitas di berbagai wilayah di Indonesia. Hal itu dilakukan dengan memberikan dukungan berupa pelatihan, penguatan kapasitas bagi warga yang menjadi pegiat radio komunitas dengan menerbitkan sejumlah buku panduan, hingga dukungan pengadaan peralatan di sejumlah wilayah.

Pilihan mendorong pertumbuhan radio komunitas waktu itu didasari pada pandangan bahwa kesenjangan di masyarakat salah satunya terjadi karena adanya kesenjangan dalam hal mengakses informasi. Radio menyediakan teknologi sederhana yang relatif mudah diakses siapa saja, sehingga dianggap menjadi pilihan alat sekaligus media yang tepat bagi warga yang selama ini memiliki akses informasi terbatas.

Media-media ini terus bereksplorasi usai dibelenggu bertahun-tahun lamanya. Seiring dengan euforia kebebasan bermedia, ada sebuah teknologi mutakhir yang juga sedang menuju besar, namun tak begitu disadari kehadirannya oleh para pegiat media komunitas, yakni internet.

Kini, ketika semua perhatian tertuju pada internet, para pegiat media komunitas pun harus menyesuaikan diri dengan tren teknologi. Sebagian bisa beradaptasi dan bertransformasi menjadi

media digital. Tapi tidak sedikit juga yang kemudian ‘pensiun’ dari statusnya sebagai media komunitas, karena ketidakmampuan bertahan di tengah arus deras media baru. Dalam konteks ini, pada 2008 CRI mulai memperkenalkan istilah *konvergensi media* kepada para pegiat radio komunitas yang menjadi jaringannya. Salah satu hasilnya adalah munculnya portal www.suarakomunitas.net yang mewadahi karya jurnalistik dari para pegiat radio komunitas. Pegiat radio komunitas pun didorong untuk tidak hanya menguasai kemampuan bersiaran secara lisan, namun juga melakukan reportase dan menulis laporan jurnalistik.

Media komunitas di Indonesia sebagian besar berada di wilayah demografi yang masuk dalam kategori pedesaan dan/atau pinggiran kota (*rural-suburban*). Sebab biasanya, media komunitas tumbuh di tengah masyarakat yang minim akan akses informasi atau hiburan. Di daerah seperti ini, teknologi tidak semasih di kota-kota besar. Di beberapa daerah di Indonesia, radio masih menjadi teknologi paling canggih. Ketidakmerataan pembangunan fasilitas komunikasi menjadi salah satu penyebabnya. Selain itu, kebijakan negara yang membatasi warga bermedia juga menjadi penyebab lainnya.

Di tengah kondisi semacam itu, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang kemudian mendorong munculnya fenomena media baru menghadapkan, bahkan memaksa, media komunitas pada tantangan baru. Setiap media komunitas memiliki cara masing-masing untuk menghadapinya.

Dengan demikian, dari hasil amatan awal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk melihat dampak kehadiran media baru terhadap media komunitas di Indonesia. Penelitian ini akan fokus pada sejumlah media komunitas yang telah aktif melakukan

aktivitas produksi dan distribusi informasi selama setidaknya tiga tahun terakhir. Media komunitas yang akan diteliti adalah media-media yang selama ini telah berjejaring dengan Combine Resource Institution di wilayah Nusa Tenggara Barat, Sumatera dan Jawa. Pemilihan wilayah ini dianggap mewakili keberadaan media komunitas di Indonesia bagian barat dan tengah.

3. Rumusan masalah

Penelitian ini ingin menjawab pertanyaan sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh media baru terhadap media komunitas?
- b. Bagaimana cara pegiat media komunitas menyesuaikan diri terhadap perkembangan media baru baik dalam proses produksi informasi maupun pengelolaan lembaga medianya?

4. Tujuan penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Mengetahui dampak media baru terhadap media komunitas.
- b. Mengetahui pola penyesuaian dan/atau pemanfaatan media baru oleh media komunitas (konten informasi, pemanfaatan media), manajemen internal (dapur media komunitas), dan hubungan dengan komunitas.
- c. Mengetahui faktor-faktor pendukung maupun penghambat penyesuaian media baru oleh media komunitas.
- d. Merumuskan rekomendasi bagi pelaku media komunitas, pendamping, maupun pemerintah.

5. Kerangka pemikiran

a. Apa itu media komunitas?

Tidak ada definisi tunggal tentang media komunitas. Bahkan tidak ada kesepakatan final soal penggunaan istilah media komunitas. Untuk menunjukkan fenomena yang sama, sejumlah pakar menggunakan sejumlah istilah yang berbeda, antara lain media partisipatif, media warga, media akar rumput, media alternatif, media independen, dan lain-lain.

Studi media komunitas muncul pertama kali sebagai bagian dari upaya mewujudkan demokrasi, termasuk di dalamnya demokratisasi media. Dalam konteks itu, Clemensia Rodriguez (dalam Mihal, 2004) mendefinisikan media jenis ini dalam konteks hubungan warga negara dengan negara. Oleh karena itu, ia memilih menggunakan istilah *citizen media* (media warga). Sebagai bagian dari proses demokratisasi, maka media warga pun adalah sesuatu yang sifatnya dinamis karena terus dinegosiasikan.

Dalam mendefinisikan media warga, Rodriguez menolak dikotomi antara media arus utama dengan media alternatif. Dikotomi semacam itu dinilai akan menutup berbagai kemungkinan lain dalam menjelaskan kemunculan media alternatif karena akan selalu dipahami sebagai alternatif dari media arus utama, sehingga tidak akan bisa memberi penjelasan tentang bagaimana dan mengapa warga membangun media sebagai bagian dari ekspresi kultural.

Sementara itu, Atton (2006) menjelaskan bahwa elemen yang berbeda dalam media non-arus utama akan menciptakan model organisasi yang berbeda dengan yang diterapkan di media arus utama. Media warga melakukan perlawanan terhadap media arus

utama dengan mempraktikkan beragam kombinasi dari cara-cara yang unik. Oleh karena itu, Rodriguez (2001) dan Atton (2002) sepakat bahwa dibandingkan pendekatan yang statis, pendekatan teoritik yang fleksibel lebih berpeluang untuk bisa menyusun dan mengembangkan riset media warga yang lebih akurat (Rodriguez, 2001; Atton, 2002, dalam Mihal, 2004).

Berbeda dengan Rodriguez, Rennie (2006) dan Kyeremeh (2007:102) lebih memilih menggunakan istilah media komunitas. Secara umum, media komunitas didefinisikan sebagai media yang menyediakan akses dan partisipasi. Partisipasi dan akses adalah kata kunci yang kerap dilekatkan pada media komunitas, yang berarti bahwa para pembuat media non-profesional didorong untuk berpartisipasi, serta menyediakan akses bagi individu maupun komunitas untuk mengekspresikan pandangan mereka.

Dalam praktiknya, media komunitas mengadopsi banyak bentuk. Ada yang berupa televisi komunitas, radio komunitas, buletin komunitas, dlsb. Adapun dari sisi operasional, media komunitas biasanya beroperasi secara nonprofit dan menyediakan ruang yang terbuka pada anggota komunitas untuk berpartisipasi.

Melihat begitu banyaknya definisi tentang komunitas, Asosiasi Radio Komunitas Dunia (*World Association of Community Radio Broadcasters* [AMARC]) memberi hak prerogatif pada para anggotanya untuk mendefinisikan diri sebagai, entah itu radio komunitas, radio rural, kooperasi radio, radio partisipatif, radio bebas, radio alternatif, radio populer, atau radio pendidikan. Banyaknya istilah dan definisi radio anggota AMARC itu juga menunjukkan bahwa ada begitu banyak variasi dalam praktik pengelolaannya (Myers, 2011).

Namun, dari sejumlah definisi yang ada, secara umum ada beberapa hal yang menjadi ciri media komunitas. Asosiasi penelitian media dan komunitas internasional (*International Association of Media and Communication Research* [IAMCR]) memberi ciri bahwa media komunitas berasal, bersirkulasi dan beresonansi dalam masyarakat sipil, yakni ruang media komunikasi yang eksis di luar negara dan pasar (kerap kali independen dan non-profit), meskipun tak menutup kemungkinan bagi media komunitas untuk berinteraksi dengan keduanya (Rennie, 2006).

Rennie juga mendefinisikan media komunitas dalam konteks masyarakat sipil. Media komunitas harus dilihat sebagai alat untuk mengelola maupun mengembangkan masyarakat sipil oleh masyarakat sipil itu sendiri. Masyarakat sipil adalah entitas yang terpisah dari negara, meskipun dalam banyak hal entitas ini perlu berhubungan dengan negara agar tetap eksis. Hubungan dengan negara ini pun berlaku bagi media komunitas, yang sekaligus membedakan posisi media komunitas dengan jenis media lain, misalnya *zine* maupun bentuk media lain yang bisa eksis tanpa perlu mengkhawatirkan regulasi media (oleh negara).

Namun, upaya mendefinisikan ‘media komunitas’ masih menyisakan PR lain. Dari penelitian atau diskusi yang sudah pernah dilakukan sebelumnya, banyak pihak yang masih terganjal dengan terma ‘komunitas’. Pertanyaannya: apa/ siapakah yang disebut sebagai komunitas?

Istilah komunitas biasanya melekat pada sekelompok orang yang tinggal dalam suatu teritori, atau bisa juga merujuk kepada sekelompok orang yang berkumpul dengan minat dan tujuan yang sama (Tabing, 2000:75). Jock Lauterer berpendapat bahwa

terma komunitas memang kompleks sekaligus samar. Ia menyitir anekdot: “Ada 99 definisi tentang komunitas, dan semuanya benar” (Lauterer, 2006:83). Oleh karena itu, istilah ‘komunitas’ menjadi begitu cair dan bisa digunakan—atau diklaim—oleh siapapun.

Sekelompok masyarakat adat yang tinggal di pedalaman hutan bisa menyebut diri mereka komunitas; segerombolan pemuda yang memiliki aktivitas sosial di desa bisa menyebut diri mereka komunitas; sekumpulan mahasiswa yang membuat forum diskusi bisa menamai dirinya komunitas; penganut aliran kepercayaan tertentu bisa menyematkan kata ‘komunitas’ untuk kelompoknya; bahkan, segerombolan pecinta mobil mewah atau motor besar pun bisa menyebut dirinya komunitas.

Dari berbagai bentuk itu, satu hal yang pasti dari ‘komunitas’ adalah sifatnya yang *kolektif* atau *komunal*. Sebuah entitas bisa disebut komunitas jika ia terdiri dari *lebih dari satu* atau *beberapa orang* yang memiliki kepentingan dan tujuan yang sama. Maka, jika sebuah komunitas mendirikan media, niscaya media tersebut berfungsi untuk memfasilitasi komunikasi antaranggota maupun menyuarakan urusan yang berhubungan langsung dengan mereka.

Dengan definisi komunitas semacam itu, maka bisa disimpulkan bahwa setidaknya ada dua kategori media komunitas. *Pertama*, media komunitas yang tumbuh dalam komunitas yang tinggal di suatu wilayah geografis tertentu (desa, kampung, dsb.), *kedua*, media komunitas yang tumbuh dalam komunitas yang memiliki kepentingan yang sama.

CRI sendiri selama ini tidak memiliki definisi ketat dalam menyebut komunitas. Bagi CRI, media komunitas bisa muncul dalam ruang geografis tertentu (misalnya desa, dusun, kampung,

dsb.) maupun di komunitas yang memiliki kesamaan kepentingan. Secara implisit, CRI selama ini mendorong perkembangan media komunitas bagi warga negara yang termarginalkan, utamanya oleh kebijakan negara. Oleh karena itu, CRI mengamini bahwa media komunitas adalah media yang steril dari negara dan pasar, meskipun dalam ruang itu media komunitas tetap bisa berhubungan dengan keduanya.

Untuk menghindari kebingungan akibat banyaknya istilah dan definisi, serta demi kebutuhan penelitian ini, istilah yang dipakai untuk menunjuk fenomena media non-arus utama adalah media komunitas. Adapun istilah media komunitas yang digunakan dalam penelitian ini lebih merujuk pada media komunitas yang tumbuh dalam komunitas geografis.

b. Media baru

Istilah media baru tidak bisa dilepaskan dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet dan kemunculan *world wide web* (www). Oleh karena itu, tak sedikit pihak yang memakai istilah media baru untuk menyebut segala media yang menggunakan perangkat teknologi informasi dan komunikasi terkini (internet).

Namun, pendapat semacam itu tidaklah cukup untuk menjelaskan media baru. Sebab jika melulu dilekatkan dengan faktor teknologi informasi dan komunikasi yang saat ini berkembang, besok atau dalam waktu yang tidak lama, teknologi yang saat ini berkembang akan usang digantikan penemuan baru sehingga istilah media baru menjadi tidak lagi relevan.

Untuk menjelaskan fenomena media baru, Flew menawarkan

dua pendekatan. *Pertama*, media baru adalah media yang mengalami suatu proses konvergensi. *Kedua*, adalah dengan melihat media baru sebagai media digital, yakni suatu bentuk konten media yang menggabungkan dan mengintegrasikan data, teks, suara dan segala jenis gambar visual, yang disimpan dalam format digital, dan didistribusikan melalui jaringan yang berbasis *broadband*, kabel serat optik, satelit dan sistem transmisi gelombang mikro.

Mengatasi keterbatasan definisi tentang media baru yang semata dilekatkan dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, Lievrow dan Livingstone (dalam Flew, 2005) lebih menyoroti pertanyaan tentang apa yang baru bagi masyarakat dari media baru. Menurut mereka, ada tiga elemen dari media baru yang membuatnya menjadi hal baru bagi masyarakat. *Pertama*, ada pada alat yang memungkinkan dan bahkan meningkatkan kemampuan kita dalam berkomunikasi. *Kedua*, pada praktik dan aktivitas komunikasi yang kita lakukan dengan melibatkan alat-alat tersebut, dan *ketiga* pada organisasi dan tata susunan sosial yang terbentuk di sekitar alat dan praktik penggunaan alat tersebut. Mengacu pada definisi media baru yang ditawarkan Flew, maka sejumlah contoh yang bisa disebutkan antara lain adalah sejumlah media berbasis internet mulai dari situs web, blog, maupun media sosial.

c. Adopsi media baru oleh media komunitas

Internet adalah inovasi. Laiknya radio dan televisi di medio abad ke-20, internet di abad ini adalah sebuah perkembangan, sebuah konsekuensi sejarah (teknologi). Internet yang hari ini disebut sebagai media baru memiliki tawaran-tawaran 'baru' bagi masyarakat untuk diadopsi. Namun, inovasi atau ide baru tidak

melalui gampang diterima oleh setiap masyarakat. Ada hal-hal yang menjadi pertimbangan, misalnya, nilai dan norma yang berlaku di masyarakat. Media komunitas yang lekat dengan masyarakat serta nilai-nilainya akan lebih banyak mendapatkan tantangan dalam perkembangan (teknologi) dibanding media arus utama, misalnya, yang tidak memerlukan legitimasi dari komunitas atau masyarakat tertentu untuk eksis.

Penelitian ini akan menggunakan teori Difusi Inovasi (*Diffusion of Innovation*) yang dirumuskan oleh Everett M. Rogers sebagai pisau analisis. Teori difusi inovasi dianggap kompatibel untuk melihat pola adopsi media baru oleh media komunitas.

Menurut Rogers (Rogers, 1995 dalam Sari Dewi, 2014:14-15), difusi merupakan proses ketika inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu sepanjang waktu kepada seluruh anggota sistem sosial. Secara umum, inovasi didefinisikan sebagai suatu ide, praktik atau obyek yang dianggap sebagai sesuatu yang baru oleh seorang individu atau satu unit adopsi lain. Semua inovasi mempunyai komponen ide, namun tidak semuanya mempunyai wujud fisik, misalnya ideologi. Oleh karena itu, inovasi yang berwujud ide tidak dapat diadopsi secara fisik. Sebaliknya, model adopsi untuk inovasi yang mempunyai komponen ide dan wujud fisik akan diikuti dengan keputusan tindakan.

Dalam difusi inovasi terdapat tahapan-tahapan yang disebut sebagai *innovation-decision process* (lihat Gambar 1). Proses ini dioperasikan oleh unit pembuat-keputusan (*decision-making unit*) berupa individu atau kelompok, mulai dari pengenalan pengetahuan akan sebuah inovasi (*knowledge*), penyikapan terhadap inovasi (*persuasion*), keputusan untuk mengadopsi atau tidak (*decision*), implementasi inovasi (*implementation*), hingga

konfirmasi atas keputusan tersebut (*confirmation*). Proses ini terdiri dari serangkaian pilihan dan tindakan yang dari waktu ke waktu terus melakukan evaluasi terhadap ide baru tersebut, apakah bisa digabungkan dengan tatanan yang sudah ada atau tidak (Rogers, 1983:163). Ketidakpastian yang inheren dalam sebuah inovasi menuntut subyek untuk melakukan langkah-langkah tersebut.

Dari semua tahapan tersebut, tahapan *persuasion* akan lebih ditekankan pada penelitian ini. Pasalnya, penelitian ini akan banyak menggali proses transformasi tiap-tiap media komunitas dimana tahapan *persuasion* dianggap mampu memberikan gambaran signifikan dalam fase pra-adopsi. Pada tahap *persuasion*, Rogers mengidentifikasi lima karakter (*attribute*) yang menjadi alat ukur apakah sebuah inovasi akan (mudah) diterima atau tidak (1983:213-232).

Pertama, relative advantage, yakni apakah inovasi tersebut dianggap lebih baik daripada teknologi yang digantikannya. Ciri ini biasanya terkait dengan keuntungan ekonomis, namun tidak menutup kemungkinan untuk keuntungan lain seperti, kenyamanan, prestise sosial, dll. Keuntungan relatif sangat memengaruhi keberlanjutan penerapan inovasi. Semakin banyak keuntungan yang didapat, maka akan semakin panjang usia penerapan inovasi tersebut.

Kedua, compatibility. Sebuah inovasi atau ide baru akan dengan mudah diterima oleh masyarakat apabila cocok, atau tidak bertentangan, dengan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat, serta potensial memenuhi kebutuhan yang belum tersedia.

Ketiga adalah complexity, yakni apakah sebuah inovasi dapat dengan mudah dipahami atau tidak. Secara sederhana dapat

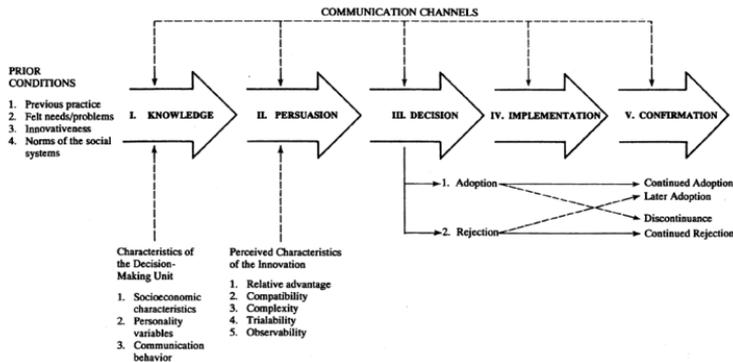
dimaknai bahwa inovasi akan mudah diterima apabila ia mudah dipahami. Inovasi yang rumit biasanya memerlukan waktu yang cukup lama untuk bisa diadopsi oleh kelompok masyarakat tertentu. Kompleksitas tersebut tidak hanya berlaku bagi pihak yang berperan sebagai unit pembuat-keputusan, namun juga bagi warga atau komunitas yang disasar dalam penerapan teknologi tersebut. Jika sebuah inovasi mudah dipahami oleh media komunitas, misalnya, namun sulit dipahami oleh komunitas yang disasarnya, maka keberlanjutan inovasi bisa disangsikan.

Keempat adalah *trialability*, yakni apakah sebuah inovasi bisa dicoba lebih dahulu? Dengan mencobanya lebih dulu, individu atau masyarakat bisa dengan mudah menentukan 'barang baru' tersebut bisa digunakan olehnya atau tidak. Faktor ketidakpastian keberhasilan akan sebuah inovasi menjadi penentunya, terlebih apabila komunitas sudah kadung nyaman dengan teknologi lamanya. Untuk mengurangi risiko tersebut, maka ujicoba menjadi cukup relevan dilakukan.

Terakhir adalah *observability*. Masyarakat cenderung akan mudah menerima sebuah ide atau praktik baru apabila telah melihat buktinya. Praktik baik yang dihasilkan oleh orang lain akan mendorong mereka untuk mencoba melakukan hal serupa. Kesempatan untuk melihat dan mengamati dapat berguna untuk mengukur sejauh apa manfaat sebuah teknologi baru. Dengan mengamati, calon *adopter* juga dapat mengurangi risiko kegagalan di masa depan.

Berikut diagram tahapan difusi inovasi:

Figure 5-1. A Model of Five Stages in the Innovation-Decision Process



The *innovation-decision process* is the process through which an individual (or other decision-making unit) passes from first knowledge of an innovation, to forming an attitude toward the innovation, to a decision to adopt or reject, to implementation of the new idea, and to confirmation of this decision.

Gambar 1 (Rogers 1983:165).

6. Metode penelitian

Dilihat dari isu yang akan dijawab, yakni soal apakah media baru mendukung atau justru mengancam eksistensi media komunitas, maka penelitian ini digolongkan penelitian kualitatif, dengan paradigma konstruktivis dan strategi penelitian *participant observation* (Hamilton, dalam Denzin & Lincoln, 1994:63). Metode penelitian di sini menjadi pegangan operasional untuk mencari dan menganalisis data, khususnya data yang berkaitan dengan topik yang diusulkan. Dalam penelitian ini data dispesifkan berupa dokumen dari media komunitas, dokumen administrasi warga/ komunitas, peralatan media komunitas, isu-isu komunitas, dan lain-lain.

Sebagaimana dirancang oleh Denzin & Lincoln (1994:14-15), penelitian kualitatif berparadigma konstruktivis menggunakan data/ temuan lapangan sebagai alat/ bahan untuk membangun teori/ konsep. Maka urutan pengambilan datanya sebagai berikut:

a. Studi literatur

Mempelajari dokumen terkait media komunitas yang menjadi objek penelitian, juga data administrasi masyarakat/ komunitas yang dituju. Mengidentifikasi dengan lebih detail kebutuhan data untuk penelitian.

b. Observasi

Melakukan pengamatan terhadap objek penelitian, menggali data dari sumber-sumber primer terutama identifikasi isu dan permasalahan seputar topik penelitian. Selain itu juga melihat fasilitas (fisik) media komunitas di Yogyakarta, Cirebon, Padang Pariaman, serta Lombok.

c. *Focus Group Discussion (FGD)*

Diskusi terfokus berdasarkan daftar pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya (pengolahan saat proses studi literatur dan observasi) berlangsung dengan para pemangku kepentingan media komunitas di lokasi-lokasi di atas. *FGD* menjadi ruang bagi peneliti untuk menajamkan isu yang muncul berdasarkan pengalaman personal objek yang diteliti.

d. Indepth interview

Memilih sosok-sosok dalam komunitas yang dianggap memiliki informasi yang dibutuhkan dalam penelitian, menemui dan menanyai lebih lanjut. Beberapa anggota komunitas diwawancara secara mendalam, antara lain soal manfaat media komunitas, keterlibatan mereka di dalam media komunitas dan persepsi mereka tentang kehadiran media komunitas. Daftar pertanyaan disiapkan sebelumnya dari hasil pengolahan *FGD*.

e. Interpretasi data

Data yang dianggap cukup oleh peneliti kemudian diinterpretasi menggunakan teori/ konsep yang sebelumnya telah ditetapkan di proposal. Namun, dimungkinkan peneliti memunculkan pemikiran baru yang dikembangkan dari proses penelitian yang telah berjalan sebelumnya.

BAB II

Sejarah dan Profil Media Komunitas

Penelitian yang kami lakukan bermula dari keinginan untuk melihat pengaruh hadirnya media baru, media yang berbasis internet, terhadap keberadaan media komunitas terutama radio komunitas (rakom). Ada lima media komunitas yang kami teliti, yaitu empat radio antara lain Radio Komunitas Best FM di Cirebon, Jawa Barat, Radio Komunitas Wijaya FM di Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, Radio Komunitas Suandri FM di Padang Pariaman, Sumatera Barat, dan Radio Komunitas Primadona FM di Lombok Utara, Nusa Tenggara Barat (NTB), dan satu media berbasis internet, Speaker Kampung di Lombok Timur, NTB. Namun, pada perkembangannya kami juga meneliti rakom lain sebagai pembanding, yakni Radio Komunitas Taratak FM di Limapuluh Kota, Sumatera Barat.

Pada bagian ini, kami akan memaparkan sejarah berbagai media komunitas di atas. Melalui sejarah, diharapkan pembaca dapat memperoleh informasi tentang semangat pendirian media komunitas yang mereka geluti, seperti alasan-alasan pendirian media komunitas, roh yang menyemangati para aktivisnya, mengenal para inisiatornya serta proses pendiriannya.

1. Radio Komunitas Best FM

Rakom Best FM terletak di dalam kompleks Pesantren Buntet Cirebon, Desa Bulak, Kecamatan Mertapada, Kabupaten Cirebon. Salah satu ruang perpustakaan pesantren menjadi studio radio. Yang dinamakan ruang studio tidak seperti ruang studio radio seperti yang dikenal di radio-radio swasta atau RRI. Ruang tersebut berukuran 3 x 3 meter, yang di dindingnya terpampang nama radio. Peralatan radio berupa komputer dan *mixer* serta *microphone* diletakkan di meja. Tidak ada kursi penyiari, karena seperti kekhasan pesantren, para penyiari cukup duduk bersila di lantai. Ruang perpustakaan lainnya digunakan sebagai tempat berkumpul pendengar jika ada *talkshow*.

Menurut Ahmad Rofahan, aktivis media komunitas di Buntet, pesantren ini merupakan salah satu pesantren tertua di Jawa. Pesantren yang berdiri pada tahun 1758 ini dibangun oleh Mufti Keraton Cirebon, KH. Muqoyyim bin Abdul Hadi, atau akrab disapa Mbah Muqoyyim. Ketidaksetujuannya terhadap pengaruh Belanda di Keraton Cirebon membuatnya memilih hidup di luar keraton dan mendirikan Pondok Pesantren Buntet Darussalam.

Pesantren ini memiliki sekitar 5.000 santri (laki-laki dan perempuan). Pesantren ini terletak di tengah pemukiman warga, sehingga tidak memiliki pagar yang membatasi kompleks pesantren. Para santri tinggal di berbagai rumah/ asrama yang menyatu dengan perumahan warga. Yang menjadi pusat pesantren adalah Masjid Jami' Buntet Pesantren (wawancara dengan Rofahan, 10 Februari 2016).

Rakom Best FM didirikan pada tahun 2008 atas inisiatif kalangan dalam, tepatnya oleh para remaja yang tergabung dalam organisasi Ikatan Keluarga Asrama Pondok Buntet Pesantren

(IKAPB). Ide pendirian didukung oleh segenap kiai serta *asatidz* (para guru agama laki-laki) Pondok Pesantren Buntet. Keberadaan rakom ini dirasa penting untuk mempromosikan nilai-nilai Islam yang moderat, sekaligus untuk menangkal radikalisme, terutama yang juga disiarkan lewat media radio.

Sebenarnya bagi komunitas di Buntet, pengelolaan media komunitas bukan barang baru. Sebelum adanya rakom, beberapa media lainnya telah ada di wilayah pesantren Buntet yaitu situs web dan buletin. Namun, saat ini buletin sudah tidak lagi terbit mengingat proses produksi dan pembiayaannya yang relatif mahal. Sedangkan situs web www.buntetpesantren.org masih berjalan karena dianggap bermanfaat untuk menghubungkan alumni pesantren yang sudah menyebar di berbagai tempat (wawancara dengan Mubarak, 11 Februari 2016).

Perjalanan sejarah Rakom Best FM ini cukup unik. Boleh dibilang radio ini merupakan kelahiran ulang dari rakom yang ada sebelumnya. Sebelum menjadi Rakom Best FM, rakom ini bernama Banyu FM dan beralamat di Mertapada Kulon. Namun dalam perjalanannya, rakom tersebut mengalami kevakuman karena beberapa hal. Untuk bisa memanfaatkan peralatan yang sudah ada, Rakom Banyu FM, sesuai kesepakatan pengurus, dipindahkan ke Pondok Pesantren Buntet dan diganti namanya menjadi “Best” atau singkatan dari Buntet Pesantren. Sejak resmi berada di Buntet Pesantren, rakom ini dikelola oleh santri dan pengurus IKAPB. Oleh karena itu, bisa dikatakan bahwa peralatan yang dimiliki oleh Best FM merupakan hibah dari pengurus Rakom Banyu FM. Sedangkan pendanaan selanjutnya didapatkan dari donatur dan beberapa kegiatan yang menghasilkan dana halal, seperti Iklan Layanan Masyarakat (ILM) dan beberapa kerjasama

program dengan instansi pemerintahan dan non-pemerintah (wawancara dengan Rofahan, 10 Februari 2016).

Seperti diuraikan di atas, yang menjadi fokus Rakom Best FM adalah sebagai salah satu media yang menyampaikan pesan-pesan damai dan toleran terkait dengan masalah keberagaman. Hal ini dikarenakan ada cukup banyak radio yang mengatasmakan komunitas di Cirebon, namun menyiarkan pesan-pesan provokatif dan intoleran, sehingga salah satu cara mencegah dan menangkalnya adalah dengan menyiarkan pula konten-konten yang lebih toleran. Selain itu, karena mayoritas pendengar Best FM adalah santri dan remaja, maka beberapa isu remaja menjadi salah satu fokus radio tersebut. Dari beberapa acara dan *talkshow* yang diselenggarakan oleh Best FM, isu perempuan dan kesehatan reproduksi cukup banyak diminati oleh para pendengar dan santri. Tidak mengherankan jika materi siaran ini dipertahankan oleh Best FM. Melalui jumlah santri yang ada, potensi pendengar dari radio ini cukup jelas. Nuansa keagamaan nampak dalam alasan pendirian radio. Basis non-profit membuat radio tidak mengejar keuntungan. Bagi mereka, hal ini menguntungkan bagi pengelola karena penyiaran pun lebih mudah untuk konsentrasi dalam pendistribusian informasi bagi masyarakat.

Keterbatasan biaya menjadi salah satu faktor utama memilih media radio komunitas. Radio komunitas mudah dan murah dioperasikan. Pengelola lebih mengutamakan isi siaran dibanding fasilitas penunjang. Hal ini tampak dari kesederhanaan fasilitas yang dimiliki. Selain itu, operasional radio menjadi tidak terlalu intens. Walau memiliki keterbatasan, namun semangat relawan untuk menjalankan radio tetap tinggi. Bahkan para pengelolanya memiliki inisiatif untuk tidak hanya mengoperasikan radio

komunitas, namun juga ikut aktif menyebarkan kesadaran bermedia di kalangan masyarakat. Bendera yang digunakan untuk melakukan aktivitas bermedia adalah Jingga Media. Mereka memiliki kegiatan khusus dalam pengembangan masyarakat, seperti pelatihan di berbagai kota. Juga mereka mengadakan lomba menulis bagi remaja.

2. Radio Komunitas Wijaya FM

Rakom Wijaya FM terletak di Desa Wedomartani, Ngemplak, Sleman. Lokasi studio terletak cukup strategis di tepi Jalan Candi Gebang. Studio radio menggunakan bekas rumah guru di kompleks SD Negeri Wedomartani. SD Negeri tersebut sudah ditutup mengingat jumlah siswa yang sedikit, sehingga digabungkan dengan SD Negeri lainnya. Rumah kosong tersebut kemudian diminta karang taruna Wedomartani untuk dijadikan studio dan “kantor” Rakom Wijaya FM. Selain studio, di rumah tersebut juga tersedia perpustakaan mini. Tanah lapang yang cukup luas di samping studio kerap dimanfaatkan untuk kegiatan *off air* Wijaya FM, mulai dari pentas musik hingga lomba band antarpelajar tingkat SMA.

Rakom Wijaya FM berdiri tahun 2008 atas inisiatif anggota Karang Taruna Wedomartani. Pendirian bermula dari pemanfaatan pemancar untuk video sebuah perusahaan tambang yang tidak optimal. Pemancar video kampung, menurut Jumadi, salah satu pendiri Wijaya FM, gagal untuk memancarkan video sejauh lima kilometer. Jarak yang tercapai hanya 200 meter. Lalu ada ide pemancar tersebut dicoba untuk pemancar radio siaran dan ternyata hasilnya sangat baik. Setelah itu diputuskan

pemancar tersebut dialihkan kegunaannya menjadi pemancar radio. Lalu terbersit keinginan untuk memiliki media publikasi dan media penghubung karang taruna. Berkat bantuan seorang warga yang menjadi anggota Komisi Penyiaran Indonesia Daerah DIY, terhitung sejak tahun 2008, Rakom Wijaya FM mengudara. Saat ini frekuensi yang digunakan adalah 107.7 FM. Menurut Jumadi, sebelum berdiri radio, komunitas di wilayahnya sudah aktif berkegiatan lewat karang taruna, sehingga radio menjadi pendukung kegiatan komunitas. Sebelum pendirian radio, mereka tidak punya pengalaman bermedia.

Pada masa awal, studio radio bertempat di rumah salah satu relawan, namun karena dirasa bisa merepotkan pemilik rumah, maka setelah mendapat ijin, maka studio dipindah ke sebuah rumah kosong bekas guru SD Negeri. Perpindahan terjadi pada tahun 2010. Salah satu ruangan di rumah tersebut digunakan untuk studio. Ruangan tersebut bersebelahan dengan ruang perpustakaan mini.

Kemampuan bersiaran personil Wijaya FM diperoleh antara lain dengan “magang” di Rakom BBM FM yang terletak di desa tetangga, yaitu Minomartani. Hal ini dilakukan oleh Jumadi, sebagai penggagas radio komunitas sekaligus Ketua Karang Taruna Wedomartani. Bermula dari ikut bersiaran campursari, akhirnya semakin percaya diri untuk bersiaran di radio komunitasnya sendiri. Selain itu, Wijaya FM mengadakan pelatihan bagi 40-an peserta. Kemudian secara teratur, radio melakukan pelatihan jurnalistik penyiaran bagi para pemuda (wawancara dengan Jumadi, 12 Februari 2016).

Menurut Jumadi, biaya pengelolaan radio saat ini selain masih ditanggung secara bergotong-royong dari pengelolanya,

juga mendapat masukan dari iklan layanan masyarakat, kerjasama program serta dari kegiatan *off air*. Pengelolaan rakom berada di tangan Karang Taruna. Keberadaan radio ini digunakan untuk mendorong kreativitas anggota karang taruna. Berbagai kegiatan dimotori oleh pengelola rakom, misalnya kompetisi band tingkat SMA. Mereka juga melakukan kegiatan bermedia selain radio, seperti membuat blog dan buletin untuk mendukung keberadaan radio ini. Mereka juga mengirim tulisan ke Suara Komunitas (www.suarakomunitas.net). Tidak hanya aktivitas *on air* dari radio yang dipublikasi, namun juga kegiatan-kegiatan lain di desa.

Lokasi Desa Wedomartani yang berada di wilayah yang berkembang pesat, terutama dengan keberadaan perumahan-perumahan, dinilai oleh para tokoh karang taruna sebagai wilayah yang sedang bertransisi dari agraris ke masyarakat kota. Di Desa Wedomartani, areal persawahan masih mudah dijumpai, namun proses pergantian fungsi sawah menjadi perumahan semakin banyak. Hal ini merupakan tantangan tersendiri untuk menjaga pertalian para pemuda desa. Salah satu caranya dengan membangun jaringan anggota karang taruna di Desa Wedomartani. Jaringan pemuda di desa akan mempermudah konsolidasi kegiatan.

3. Radio Komunitas Suandri FM

Jika kita bepergian dari kota Pariaman menuju Bukittinggi, maka kita akan melewati desa di IV Koto Aur Malintang, Padang Pariaman, Sumatera Barat. Topografi wilayah ini berbukit-bukit sehingga membuat beberapa lokasi mengalami kesulitan menangkap sinyal radio maupun televisi. Untuk mengatasi masalah sinyal televisi, warga menggunakan antena parabola, sehingga tidak

mengerankan jika antena parabola banyak terlihat seperti jamur mengembang ke angkasa di rumah-rumah warga.

Akses internet cukup sulit diperoleh di sini mengingat sinyal telepon seluler tidak kuat mencapai wilayah ini. Boleh dikatakan sinyal tidak stabil. Peneliti merasakan sendiri kesulitan menangkap sinyal dari telepon seluler. Di sisi lain, jaringan telepon kabel Telkom tidak tersedia. Oleh sebab itu, akses internet melalui perangkat komputer jadi terbatas. Warung internet terbatas, hanya ada dua yang terletak di dekat pasar desa. Warung internet terhubung dengan sistem non kabel. “Melalui sistem tembak,” demikian menurut salah satu pengelola warnet. Berdasar pengamatan peneliti, pengguna warnet tidak banyak. Bagi pengelola, usaha warnet tidak terlalu menguntungkan.

Di desa ini, Rakom Suandri FM melakukan aktivitasnya buat komunitasnya. Radio Suandri FM berdiri pada tahun 2004, diawali dari inspirasi radio kampus di Universitas Negeri Padang (dahulu IKIP Padang). Azwar Mardin, saat itu mahasiswa tahun pertama di UNP, merasa tertarik dengan keberadaan radio di kampusnya tersebut, radio kampus bernama SIGMA. Walau ia tidak lolos menjadi penyiar di Radio SIGMA, tetapi keinginan untuk beraktivitas di radio tetap kuat. Kemudian ia memotori pendirian Suandri (Suara Anak Negeri) FM sebagai forum untuk menyuarakan aspirasi anak muda. Teknologinya berasal dari radio Orari (Organisasi Amatir Radio Indonesia) yang dibeli dari Solo, Jawa Tengah, seharga Rp 2,5 juta. Kemudian pemancar radio itu dikembangkan menjadi radio siaran berkekuatan 50 watt. Ia mencoba mendirikan radio di desanya bersama Mulyadi, yang saat ini lebih dikenal sebagai Buya, guru agama. Alasan lain pendirian radio adalah untuk menjaga kebudayaan lokal, sehingga banyak

program *on air* dan *off air* terkait dengan masalah kebudayaan (wawancara dengan Azwar, 22 Februari 2015).

Warga sangat terkesan dengan peristiwa pendirian Rakom Suandri FM karena saat peresmian di bulan puasa (20 November 2004) dihadiri bupati. Kehadiran pejabat tersebut menandakan dukungan pemerintah daerah terhadap upaya radio untuk mendukung kelestarian budaya lokal. Bupati membantu dana sebesar Rp 2 juta yang dipakai untuk membeli komputer. Lokasi awal studio mengontrak di ibukota nagari, atau pusat desa, di samping kantor desa. Rumah warga dikontrak setahun. Sumber dana berasal dari donatur-donatur tidak tetap. Studio radio tersebut kemudian berpindah tempat di halaman rumah orang tua Azwar, namun karena peristiwa gempa 2009, bangunan studio rusak dan posisinya membahayakan karena terletak di pereng atau pinggir jurang. Kemudian studio radio dipindah ke sebuah halaman yang masih milik keluarga Azwar. Di sana, warga membangunkan sebuah pondok yang berbentuk rumah panggung dari kayu. Berbagai bahan bangunan berasal dari sumbangan warga. Dananya dihimpun dari warga dengan memanfaatkan tradisi gotong royong warga. Kebiasaan masyarakat kalau ada rumah pribadi yang akan ditempati selalu dipestakan, dikendurikan. Hal itu dilakukan juga oleh radio, yaitu mengundang warga. Warga yang diundang itu membawa sumbangan bahan bangunan, misalnya atap seng atau uang. Saat itu terkumpul seng sekitar dua kodi (sekitar 40 lembar). Selain warga, mereka mengundang pemerintah setempat. Pemerintah kabupaten memberi sumbangan Rp 1,5 juta (wawancara dengan Azwar, 22 Februari 2016).

Radio ini mengalami pasang surut. Saat ini aktivitasnya dimotori oleh anak-anak muda yang aktif di kegiatan Pramuka.

Bukan suatu kebetulan jika Azwar dan Mulyadi, pendiri Suandri FM lainnya, juga aktif di kegiatan Pramuka. Bisa dikatakan keduanya merupakan tokoh atau pengurus Pramuka tingkat kabupaten atau kwartir cabang. Para penyiar tidak mendapat pelatihan khusus. Pada awal siaran, para penyiar baru diberi arahan singkat.

4. Radio Komunitas Primadona FM

Rakom Primadona FM berdiri 22 Agustus 2002 dengan dimotori oleh Muhammad Syairi, Sahuni, Raden Sawinggih, dan Nurul Hafizah. Ide awal dari pendirian Primadona FM adalah berangkat dari kepedulian untuk menjawab persoalan kesenjangan informasi. Warga Karangbajo, Lombok Utara lebih mudah mendapatkan informasi dari Jakarta, misalnya siaran RRI Jakarta, tetapi kesulitan untuk mengakses radio dari Mataram, ibukota Provinsi NTB.

Menurut Kertamalip, kepala desa sekaligus penyiar, situasi tersebut menyebabkan warga buta informasi. Suatu situasi ironis dimana informasi lokal lebih sulit diperoleh dibanding informasi yang datang dari jauh. Mereka berpandangan bahwa informasi dari Jakarta tidak cukup untuk membangun daerahnya. Warga lebih membutuhkan informasi lokal. Syairi dan kawan-kawan kemudian berinisiatif untuk mendirikan Primadona FM di tahun 2002, walau tidak mendapat respons dari pemerintah daerah. Semangat kemandirian ini berhasil melahirkan sebuah rakom yang pertama muncul di NTB (wawancara dengan Hamdi, 2 Maret 2016).

Keberadaan radio didukung oleh dana swadaya masyarakat

serta dukungan dalam bentuk lain. Misalnya kaset musik. Pada awal berdiri, peralatan terbatas sangat terbatas, radio mengalami kendala kaset yang tidak lengkap. Kemudian warga memberikan sumbangan kaset. Setiap hari, sumbangan dari warga bisa mencapai 10 sampai 20 kaset, sehingga dari bulan Agustus sampai Desember 2002 bisa terkumpul hampir seribu kaset.

Para pengelola Rakom Primadona FM bervariasi dari sisi usia, yaitu remaja dan dewasa. Sebagian besar pengelola berpendidikan SMA. Peran serta perempuan masih sedikit, tercatat hanya dua orang. Sebelum berdirinya radio ini, warga belum pernah memiliki pengalamannya mengelola media. Saat ini, Primadona FM juga memiliki blog, grup di facebook dan kontributor di www.suarakomunitas.net.

Radio Primadona FM merupakan radio kebanggaan warga, tampak terlihat dari ungkapan “prima dalam kualitas dan gaya mempesona.” Kehadirannya digunakan sebagai media penggerak perubahan sosial, “dari Radio Primadona FM inilah kita bisa membangun kesepakatan bersama untuk membangun desa.” Radio memberikan informasi kepada masyarakat sehingga memunculkan ide untuk membangun desa. Selain itu, radio juga menyiarkan hiburan musik tradisional.

Kehadiran Radio Primadona FM kemudian diikuti oleh kemunculan media komunitas lain di pulau Lombok, baik yang menggunakan radio maupun media lain. Saat ini, salah satu media komunitas yang masih sangat aktif mengadakan berbagai kegiatan adalah Speaker Kampung.

5. Media Komunitas Speaker Kampung

Awalnya, Speaker Kampung bermarkas di Desa Ketangga, Kecamatan Suela, Kabupaten Lombok Timur, NTB. Namun sejak tahun 2015, sekretariat Speaker Kampung berpindah ke desa sebelah, yakni Desa Suntalangu. Kepindahan ini seturut dengan kepindahan Hajad Guna Roasmadi, penggagas media komunitas berbasis media baru ini.

Speaker Kampung muncul pertama kali dalam bentuk cetak (buletin). Buletin tersebut merupakan inisiatif Eros, panggilan akrab Hajad, sebagai media yang terintegrasi dengan Rakom Ninanta FM, dimana Eros menjadi penyiarinya. Buletin Speaker Kampung disebar di sejumlah desa di tiga kecamatan yakni Suela, Pringgabaya dan Wanasaba. Tiga kecamatan tersebut termasuk kawasan dengan pemukim terpadat yang berada di jalur menuju Gunung Rinjani (wawancara dengan Eros, 4 Maret 2016).

Pada 2014, Eros berinisiatif membangun Speaker Kampung sebagai sebuah media komunitas mandiri. Motivasi utama Eros untuk mengembangkan medianya sendiri oleh karena pengalaman buruknya ketika tulisan-tulisannya di www.rumahalir.org, sebuah wadah bersama pegiat media komunitas di Lombok, hilang akibat aksi peretas. Dari situ ia berpikir untuk membuat blog dan menduplikasikan tulisan-tulisan yang dibuatnya untuk beberapa media—ia merupakan kontributor untuk beberapa media di Lombok. Maka, Speaker Kampung tidak sekadar media komunitas, tapi ia juga berfungsi sebagai ruang pengarsipan berita-berita yang pernah dibuat. Alasan lainnya adalah keterbatasan biaya operasional. Menurut Eros, biaya operasional untuk buletin sangat tinggi, sementara sebagai sebuah media komunitas, mereka tidak memiliki pemasukan tetap. Beberapa kali mereka mendapatkan

tambahan biaya dari hasil kerja kolektif seperti jasa foto dan video pernikahan, sablon, hingga *event organizer*. Namun, selama lebih dari dua tahun beroperasi, Speaker Kampung lebih banyak mengandalkan dana hasil ‘bantingan’ para pegiatnya.

Aktivitas *online* Speaker Kampung bukan tanpa hambatan. Keterbatasan jaringan dan kawasan berbukit membuat akses internet membutuhkan usaha yang lebih keras. Eros mengakui sejak kepindahannya ke Desa Suntalangu, ia harus berkali-kali memindahgantungkan modem agar mendapat sinyal yang cukup bagus. Beberapa rekannya bahkan tidak bisa mengakses internet dari rumah karena menjadi area *blank spot*.

Selain bermedia, Speaker Kampung juga aktif melakukan pendidikan literasi untuk lingkungan sekitar, salah satunya melalui pelatihan jurnalistik. Setidaknya, dalam dua tahun terakhir, mereka sudah membuat dua pelatihan jurnalistik. Pada tahun 2015, mereka menggandeng Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Mataram sebagai pemateri. Kolaborasi ini menunjukkan niatan untuk menerapkan nilai-nilai jurnalistik yang lebih ‘profesional’. Tidak hanya agenda eventual seperti itu, Speaker Kampung juga menjalin kerjasama dengan sekolah-sekolah setingkat SMP dan SMA di kecamatan sekitar untuk melatih para siswa mengenal dunia jurnalistik dan teater. Proses kaderisasi berlangsung secara alamiah melalui kerjasama-kerjasama tersebut. Kristalisasi dari upaya tersebut salah satunya mewujudkan dalam proyek video yang mereka namai “Sketsasak”. Sketsasak adalah ada video fiksi bernuansa humor yang mengusung cerita-cerita rakyat setempat. Video-video tersebut kemudian dipublikasikan melalui kanal SpeakerTV yang memanfaatkan fasilitas situs web berbagi video youtube.

Pada awal 2016, Speaker Kampung menjadi sorotan sebuah lembaga penyiaran publik (LPP) lokal, Selaparang TV. Eros mengatakan bahwa Speaker Kampung adalah satu-satunya media komunitas di Lombok Timur yang *concern* menyuarakan hak (dan) suara akar rumput.”

Sebagai ruang publik, sekretariat Speaker Kampung dibuka seluas-luasnya untuk warga. Ada kelas membaca untuk anak-anak SD dimana dalam setiap pertemuan, masing-masing anak mendapat bagian untuk membacakan buku yang dipilih pada saat itu. Hal ini dianggap cukup efektif untuk meningkatkan kapasitas *public speaking* anak-anak. Mereka juga sempat membuka akses internet gratis kepada warga dengan bermodalkan kartu GSM (*Global System for Mobile Communications*) ‘jebolan’ salah satu *provider*. Namun, akses kemudian ditutup seturut diperbaikinya sistem jaringan internet di Suela. Membuka akses *wi-fi* untuk publik akan terlalu mahal bila menggunakan tarif reguler, sementara tidak ada suplai pembiayaan tetap.

BAB III

Transformasi Menuju Media Baru

Media baru (internet) merupakan konsekuensi dari proses evolusi teknologi. Di berbagai belahan dunia, internet sudah menjadi bagian penting dalam kehidupan. Internet menjadi perangkat yang menunjang aktivitas harian umat manusia, khususnya di kota-kota besar dimana sirkulasi informasi berlangsung begitu cepat. Globalisasi yang sudah diprediksi sejak tahun '90-an, mewujud dalam bentuknya yang paling mutakhir pada hari ini melalui internet. Kita bisa mengetahui peristiwa yang terjadi di belahan dunia lain hanya dalam hitungan jam, bahkan menit. Dunia hampir tak ada sekat.

Internet juga telah menjadi sumber daya bersama. Siapapun memiliki akses yang sama terhadap *public sphere* virtual ini. Siapapun bisa menggunakan internet dengan tujuan apapun. Tak ada monopoli oleh kalangan atau identitas tertentu—meski dalam bisnis poin ini bisa dikecualikan.

Di Indonesia, internet mendapatkan momennya di senjakala Orde Baru. Internet menjadi salah satu penanda kejatuhan rezim yang berkuasa selama tiga dekade lebih. Hill dan Sen (2007), dalam

penelitiannya melacak peranan internet sebagai sarana konsolidasi kaum pergerakan lantaran represifitas rezim yang begitu kuat pada tataran *offline*. Pasca-Orba tumbang, internet menjadi medium yang terus berkembang seturut demokratisasi.

Tak hanya di kota-kota besar, internet juga merambah daerah-daerah kecil di Indonesia. Kendati hingga hari ini akses internet masih terbatas—dibuktikan dengan lambatnya sambungan (*connection*) dan mahalnya biaya jasa *Internet Service Provider* (ISP) dibandingkan negara-negara lain—masyarakat menjadikannya menjadi begitu penting dalam hidup harian. Hal paling sepele yang bisa dilihat di sekitar kita adalah internet sebagai alat komunikasi.

Sejak awal 2000-an media massa telah menjadikan media baru sebagai medium publikasi karya-karya jurnalistik. Tidak banyak yang melirik peluang tersebut lantaran media baru kala itu belum kelihatan manfaatnya. Melompat satu dekade kemudian, media baru menjadi medium utama publikasi. Meninggalkan medium lain yang dirasa kian tidak relevan dengan pola hidup masyarakat hari ini, cetak misalnya. Internet bahkan menjadi pemicu gelombang kebangkrutan media massa berbasis cetak.⁴

Selain media massa yang berorientasi profit, internet juga dimanfaatkan oleh media komunitas dengan orientasi yang berbeda sama sekali, yakni voluntarisme dan kolektivisme. Penerapan media

4 Kebangkrutan media cetak terjadi di berbagai negara. Di Eropa dan Amerika Serikat, misalnya, keruntuhan media cetak—tutup atau beralih fokus ke media online—sudah dimulai sejak akhir dekade pertama 2000-an. Di AS, media-media yang tercatat mengalami penurunan produksi cetak atau bahkan tutup di antaranya : *Tribun.co*, *The New York Times*, *Newsweek*, *Reader's Digest*, *Rocky Mountain News*. Di Indonesia, tercatat sejumlah media yang gulung tikar, di antaranya : *Harian Bola*, *Soccer*, *Sinar Harapan*, *Jurnal Nasional*, *Jakarta Globe* (koran); *Tajuk*, *Prospek*, *Fortune* (majalah). (Diolah dari berbagai sumber).

baru pun tidak sekadar mengikuti tren—meski tak dimungkirkan faktor tersebut ada, tetapi ada faktor-faktor pendorong lain yang lebih dominan dan memiliki alasan yang lebih esensial.

Lima media komunitas dalam penelitian ini dipilih berdasarkan beberapa faktor, di antaranya: teritori (mewakili Indonesia bagian barat, tengah dan timur), karakter lingkungan (pedesaan/*suburban* atau *urban*), infrastruktur, dan usia media. Faktor-faktor tersebut akan membantu menerangkan seberapa dinamis dan bermanfaatnya media baru bagi media komunitas, dalam konteks pencapaian tujuan-tujuannya.

1. Transformasi

Dari lima media komunitas yang dijadikan sampel, proses transformasi menuju media baru berlangsung dengan karakternya masing-masing. Hal ini akan dijelaskan di bagian selanjutnya. Dari sisi penerapan teknologi empat media komunitas, Wijaya FM, Primadona FM, Speaker Kampung dan Suandri FM mengalami proses transformasi yang linear dengan fase kemunculan teknologi. Keempatnya berangkat dari teknologi konvensional yakni radio dan buletin, sebelum akhirnya mengadopsi media baru. Sementara Best FM, justru sebaliknya. Mereka lebih dulu mengadopsi media baru sebelum radionya dibentuk.

Rakom Wijaya FM, misalnya, mulai serius mengakrabi media baru pada tahun 2013 dengan memasang sambungan internet ke satu unit komputer di studio. Meski terletak di pinggiran kota Yogyakarta dan berada di lingkungan pedesaan, internet bisa diakses dengan baik. Adopsi media baru oleh Wijaya FM bisa dikatakan cukup terlambat, sebab di Yogyakarta, akses internet sudah relatif

bagus sejak beberapa tahun sebelumnya. Secara personal, para pengelola Wijaya FM juga sudah akrab dengan berbagai platform media baru sejak pertengahan tahun 2000-an.

Jumadi, salah satu pengurus Rakom Wijaya FM mengatakan, penerapan media baru didasarkan pada kebutuhan, tidak semata-mata tren. Internet digunakan untuk menyiarkan (*streaming*) siaran radio agar bisa menjangkau pendengar yang lebih luas (wawancara dengan Jumadi, 12 Februari 2016). Selain itu, internet digunakan untuk mempublikasikan berita yang sudah dikonversi dari audio ke bentuk tulisan. Mereka mengawali upaya itu dengan lebih sungguh-sungguh ketika jaringan internet akhirnya tersambung ke satu-satunya unit komputer di dalam studio, melalui sistem tembak (mengambil *bandwidth* dari rumah tetangga yang berlangganan internet).

Sebelum memanfaatkan media baru secara mandiri, pengelola Wijaya FM telah memulainya dengan mengirim tulisan ke portal www.suarakomunitas.net sejak 2010. Kemampuan para penyiar untuk menulis berita didapatkan setelah mereka mengundang narasumber untuk mengisi kelas pelatihan menulis. Para pengelola radio merasa kemampuan menulis harus dikuasai karena walaupun mereka lebih mengandalkan suara, penyiar radio harus menyiapkan *script* berita yang menjadi bahan siaran. Dari narasumber pelatihan menulis itulah mereka mengenal portal www.suarakomunitas.net yang mewadahi hasil liputan dari para pegiat media komunitas. Dari pelatihan itu mereka pun mulai belajar meliput berita, menuliskannya, lalu mengirimkan hasilnya ke www.suarakomunitas.net.

Menurut Jumadi, radio punya kelemahan dalam hal menyampaikan berita. Sebab, berita yang sudah pernah dibacakan

di salah satu program siaran tidak mungkin dibaca ulang di program lain. Melalui Suara Komunitas, berita menjadi lebih mudah untuk disampaikan. Hasil reportase pegiat Wijaya FM tidak hanya disiarkan di radio, tetapi juga bisa dibaca setiap saat di internet.

Dalam perkembangannya, tidak semua tulisan yang dikirim ke www.suarakomunitas.net cepat diunggah. Jumadi menduga itu terjadi karena ada banyak tulisan yang masuk, sehingga editor membutuhkan waktu untuk melihat semuanya. Oleh karena itu, pada 2014, Wijaya FM membuka blog www.wijayafm1077mhz.blogspot.co.id untuk mewadahi hasil liputan para reporternya, disusul dengan membuka halaman grup facebook Wijaya FM. Menurut Jumadi, selain untuk mewadahi hasil liputan, blog juga bisa berfungsi sebagai arsip yang mudah untuk diakses setiap saat.

Selain menulis di blog dan portal Suara Komunitas, Wijaya FM juga sempat menerbitkan buletin cetak bernama *Suara Parikesit*. Dalam buletin tersebut, mereka menyajikan berbagai informasi lokal yang bersumber dari tulisan di blog maupun situs web Suara Komunitas. Mereka juga menggaet iklan untuk dipajang di buletin. Namun, penerbitan buletin kemudian dihentikan karena alasan biaya.

Praktik meliput dan menulis tersebut berlangsung selama rentang 2012 hingga 2014. Namun belakangan—saat studi lapangan dilakukan—perhatian mereka terhadap media baru khususnya blog dan situs web menurun. Adapun halaman grup facebook Wijaya FM masih tetap aktif.

Rakom Primadona FM punya pengalaman berbeda. Media baru sudah diterapkan sejak sekitar tahun 2008. Sebelumnya, sejak

awal 2000-an, radio adalah medium utama bagi media komunitas ini. Sesekali, rakom ini menerbitkan buletin dengan biaya yang berasal dari program hasil kerjasama dengan lembaga-lembaga non-pemerintah. Buletin itu kemudian dibagi-bagikan secara gratis kepada warga, khususnya yang tidak terpapar siaran radio. Keterikatan warga dengan Primadona FM cukup erat. Pasalnya, media ini hadir di masa-masa tak banyak saluran informasi yang menjamah lokasi itu. Hanya siaran dari Radio Republik Indonesia (RRI) yang bisa didengarkan. Namun, menurut Raden Sawinggih, salah satu pendiri Primadona FM, informasi dan hiburan yang disuguhkan oleh RRI terlalu bias Jakarta. Informasinya menjadi tidak relevan bagi warga di kaki Gunung Rinjani ini. Oleh karena ada *gap* tersebut, dengan bermodalkan mesin pemancar rusak dan keisengan mengotak-atik alat elektronik, Sawinggih dan Syairi berhasil mengudara. Warga begitu antusias dengan kehadiran media ini. Syairi pernah bersaksi, jika radio tidak mengudara dalam sehari, tidak sedikit warga yang menanyakan. Mereka akan bertanya, “kenapa tidak siaran?” Bahkan warga tidak segan memberikan bantuan, misalnya sumbangan untuk memperbaiki alat yang rusak.

Muhammad Syairi adalah aktor kunci yang membawa Primadona FM ke dunia media baru. Sejak pertengahan 2008 hingga 2009, ia memelajari cara operasi media—komputer dan internet—yang baginya sangat baru. Modalnya hanyalah pengenalan dan pembekalan mengenai internet dan situs web oleh Combine Resource Institution pada sebuah lokakarya di pertengahan 2008 di Yogyakarta. Sekembalinya dari pelatihan, ia mulai belajar mengonversikan informasi audio ke dalam bentuk berita yang kemudian diunggah ke saluran www.suarakomunitas.net, yang merupakan perwujudan kongkrit dari lokakarya

tersebut. Di sinilah titik pijak perkenalan Primadona FM dengan media baru. Berangkat dari lokakarya tersebut, Primadona terus bertransformasi. Kemampuan tersebut tidak kemudian disimpan sendiri. Ia menularkannya kepada awak Primadona FM dan menghasilkan kader-kader pewarta warga baru yang bersama-sama dengannya membesarkan media komunitas ini.

Oleh karena menjadi media satu-satunya media di Bayan—yang jauh dari kota—dengan kredibilitas yang cukup terjaga, informasi yang diproduksi Primadona FM tidak jarang menjadi perhatian media-media lokal yang lebih besar, bahkan nasional. Selain itu, Primadona FM juga berhasil membuat media baru sebagai salah satu saluran advokasi isu-isu sosial setempat. Mereka paham betul bagaimana media bekerja sebagai anjing pengawas (*watch dog*) bagi pemerintahan, maupun otoritas lainnya di daerah tersebut. Melalui pemberitaan, mereka mengawal setiap kebijakan yang berdampak langsung terhadap khalayak banyak.

Transformasi di Primadona FM menjadi kasus yang menarik sebab penerapan dilakukan ketika akses internet masih sangat terbatas. Hingga kini, 2016, akses internet di Karangbajo, belum betul-betul memadai. Hanya satu-dua *provider* yang jaringan internetnya menjangkau daerah ini. Biaya internet yang tidak murah juga menjadi kendala. Dengan kapasitasnya sebagai media komunitas (non-komersil), kuota internet dua *gigabyte* tentulah tidak murah. Bahkan hingga hari ini, pengadaan kuota internet menjadi masalah yang tidak gampang diatasi. Bisa dibayangkan, bagaimana transformasi tersebut berjalan begitu penuh hambatan di masa-masa awal, namun tidak menyurutkan media komunitas ini untuk terus menerapkan media baru.

Di Nagari IV Koto Aur Malintang, Padang Pariaman, tempat

Rakom Suandri FM beroperasi, kondisinya tak jauh berbeda dengan di Karangbajo. Malah tidak lebih baik. Akses internet masih sangat terbatas. Di Nagari ini ada dua warung internet (warnet) yang beroperasi, namun sambungan internetnya lambat dan jam operasionalnya tidak menentu. Internet masih menjadi barang mewah di daerah ini. Selain karena sambungan yang terbatas, internet juga belum menjadi kebiasaan bagi warga sekitar. Hanya kalangan muda yang cukup akrab dengan internet, khususnya media sosial yang diakses melalui telepon seluler. Platform media sosial yang paling populer di kalangan pengelola Suandri FM muda adalah facebook dan instagram.

Menurut Azwar Mardin, penggagas rakom Suandri FM, media baru belum begitu strategis bagi media komunitasnya. Meski mulai mengadopsi media baru dalam aktivitas bermediana sejak 2009 dengan membuat blog, manfaatnya belum dirasa signifikan. Informasi-informasi yang dipublikasikan di blog lebih banyak dikonsumsi oleh warga yang merantau untuk mengobati kerinduan terhadap kampung halaman. Tulisan pertama di blog Suandri FM diunggah pada 15 Oktober 2010, atau 15 hari pascagempa 7,6 Skala Richter yang menerjang Sumatera Barat. Suandri FM juga sudah memiliki akun facebook yang mulai mengunggah informasi pada Juli 2010 (wawancara dengan Azwar, 22 Februari 2016).

Gempa 2009 merobohkan studio Suandri FM, serta membuat sejumlah peralatan rusak sehingga radio ini terpaksa berhenti siaran untuk waktu yang cukup lama. Pada masa vakum siaran ini, blog Suandri FM cukup aktif diperbarui sehingga Suandri tetap eksis. Selain itu, pada Januari 2010 Suandri FM juga bergabung dengan jaringan Suara Komunitas, dengan mengirimkan sejumlah tulisan di portal www.suarakomunitas.net.

Setelah masa darurat bencana berakhir, dengan gotong royong warga dan bantuan dari berbagai pihak, studio kembali berdiri dan siaran radio kembali aktif. Pengelola kembali fokus pada radio. Di sisi lain, perlahan-lahan blog Suandri FM terlupakan. Hingga studi ini dilakukan, studio Suandri FM belum tersambung dengan jaringan internet. Media baru yang mereka operasikan (blog dan media sosial) juga sedang vakum. Berita terakhir yang diunggah melalui blog www.radiosuandrifm.wordpress.com, misalnya, masih bertanggal 11 Februari 2013. Dibandingkan blog, facebook Suandri FM cukup aktif diperbarui hingga saat ini.

Sama seperti rakom lainnya, Suandri FM juga memiliki pengalaman menerbitkan buletin. Pada 2013 mereka menerbitkan buletin sebanyak 1.000 eksemplar bertajuk “Sarunai Minang”. Para penulisnya adalah pengelola Suandri FM, ditambah dengan sejumlah anggota komunitas yang selama ini aktif menjadi jurnalis di media lokal. Keinginan untuk menerbitkan buletin muncul setelah mereka terhubung dengan jaringan pewarta Suara Komunitas.

Melalui penerbitan buletin tersebut, mereka memperluas kapasitas dari siaran ke penulisan dan penerbitan. Mereka juga mendapatkan sejumlah iklan lokal, termasuk mendapatkan dukungan pendanaan di edisi perdana dari kepala daerah setempat. Akan tetapi, setelah tiga edisi awal, penerbitan buletin tidak berlanjut karena kendala pembiayaan.

Speaker Kampung adalah yang ‘termuda’ di antara yang lain dalam penerapan media baru. Kelompok media ini baru mulai menggunakan media baru secara utuh pada 2014. Namun sebelum itu, Hajad Guna Roasmadi, penggagas Speaker Kampung, sudah memanfaatkan media baru dalam kontribusinya untuk media lain.

Sebelum total di Speaker Kampung, ia menjadi kontributor untuk beberapa media seperti Ninanta FM (untuk www.suarakomunitas.net) dan www.rumahalir.org. Hingga kini, ia masih aktif untuk kedua media tersebut, serta untuk media komersil www.lombokfm.com.

Sebagai sebuah media komunitas yang mandiri, Speaker Kampung tidak berangkat dari radio, seperti media komunitas lain dalam studi ini, melainkan memulainya dari platform cetak (buletin). Buletin yang diproduksi oleh Speaker Kampung dibiayai secara swadaya. Hajad alias Eros, sering menggunakan dana pribadinya untuk produksi buletin. Kadang ia juga mengajak rekan-rekannya yang memiliki semangat yang sama dan memiliki penghasilan untuk ‘bantingan’ mencetak buletin. Rekan-rekan inilah yang nantinya menjadi pendiri dan pegiat aktif di blog Speaker Kampung. Buletin-buletin tersebut kemudian disebar ke sejumlah desa di sekitar Kecamatan Suela. Oleh karena jumlahnya yang terbatas, sasaran penempatan buletin tersebut adalah kantor pemerintahan atau ruang-ruang publik yang menjadi titik kumpul banyak orang, seperti puskesmas.

Namun, jangan dibayangkan buletin tersebut terbit berkala dan rutin layaknya media-media komersil. Penerbitan buletin Speaker Kampung—karena sifatnya yang voluntaristik dan swadaya—bergantung pada kesiapan Eros dan kawan-kawan, khususnya secara finansial. Biaya produksi buletin yang tidak murah membuat mereka harus bersiasat dalam produksi dan distribusi. Karena besarnya biaya produksi, Eros pun memutuskan untuk membangunnya pada medium virtual. Maka lahirlah www.speakerkampung.blogspot.com. Ia merasa biaya produksi pada media baru lebih murah namun memiliki keunggulan dengan jangkauan yang lebih luas.

Akan tetapi, penerapan media baru tidak semulus bayangan Eros. Akses internet di Kecamatan Suela dan sekitarnya masih sangat terbatas, bahkan *blank spot* ada di sejumlah titik. Itu juga menandai bahwa internet belum menjadi kebiasaan umum warga. Tidak ada ketergantungan yang tinggi terhadap internet. Dengan begitu, akses terhadap blog Speaker Kampung pun bisa dipastikan hanya dapat diakses oleh orang-orang dengan kriteria tertentu. Misalnya, mereka yang sudah melek internet, atau mereka yang cukup mampu untuk membeli kuota internet yang harganya tidak murah. Maka media mereka lebih bisa menjangkau orang-orang di kota daripada desa itu sendiri.

Media baru memang memiliki keunggulan, yakni lebih luwes—secara produksi maupun distribusi. Namun keunggulan tersebut tidak serta merta memudahkan operasi produksi berita lantaran beberapa desa tak terjangkau jaringan internet sama sekali. Padahal para pegiat media ini tersebar di berbagai desa di Kecamatan Suela dan sekitarnya. Walhasil Eros memainkan peran sebagai ‘penjaga gawang’, sebab hanya kawasan tinggalnya yang memiliki akses cukup baik.

Alasan lain yang mendorong Eros dan kawan-kawan membangun media barunya sendiri adalah sebagai siasat pengarsipan. Pasalnya, ia pernah punya pengalaman buruk ketika arsip tulisannya lenyap akibat salah satu situs web yang menampung tulisan-tulisannya diretas. Kini, setiap kali ia menulis berita untuk beberapa media di pulau Lombok, maka ia akan menduplikasikannya ke blog Speaker Kampung dengan tujuan tersebut.

Sementara itu, Best FM menjadi satu-satunya media komunitas yang proses penerapan teknologinya berbeda dari

yang lain. Best FM justru berangkat dari media baru, alih-alih radio. Pada 2005 mereka sudah membangun situs web dengan nama www.pondokpesantren.com. Fokus dari media ini adalah mempromosikan nilai-nilai keagamaan yang diusung oleh Pesantren Buntet, yakni nilai-nilai Islam yang moderat dan inklusif. Selain hal-hal yang bersifat teologis, media komunitas ini juga menawarkan pengetahuan-pengetahuan sosial-kemasyarakatan dalam konteks Islam.

Blog Pesantren Buntet sempat mengalami pasang surut. Faktor utamanya adalah gangguan dari luar (peretas). Gangguan-gangguan tersebut sangat dirasakan pada rentang 2009 hingga 2011. Pernah pada satu serangan, seluruh arsip yang ada di dalamnya musnah tak berjejak. Bagi Mubarak, sebagai pengelola, kejadian itu adalah sebuah bencana. Ada begitu banyak arsip penting mengenai sejarah tentang Pesantren Butet yang lenyap. Tidak ada cara untuk mengembalikannya. Akhirnya situs web Pesantren Buntet harus dibangun kembali dari awal. Karena alasan keamanan, www.pondokpesantren.com beberapa kali pindah *hosting*. *Hosting* situs web tersebut dipindahkan ke google dan namanya diubah menjadi www.buntetpesantren.org pada 2011.

Rakom Best FM berdiri pada 2008. Rakom ini merupakan transformasi rakom sebelumnya, Banyu FM yang beroperasi sejak 2006. Karena vakum, peralatan Banyu FM direkomendasikan untuk dipindahkan. Akhirnya disepakati semua peralatan radio dipindahkan ke Buntet Pesantren. Best FM berdiri dengan struktur baru, program baru, dan semangat baru. Ahmad Rofahan didapuk sebagai ketua pada saat itu. Secara konten, Best FM bersifat melengkapi media situs web yang sudah ada. Informasi yang disiarkan tidak sebatas tentang agama, namun juga berita-berita

yang bersifat umum, misalnya, seputar pembangunan infrastruktur di kawasan sekitar, atau mengenai kesehatan reproduksi yang cukup diminati oleh para santri perempuan. Radio menjadi satu-satunya sumber informasi bagi santri di Buntet Pesantren sebab akses terhadap media umum untuk tujuan hiburan memang dibatasi selama proses belajar mengajar; hanya di masa jeda mereka bisa mengakses media dengan bebas. Dialog yang menghadirkan narasumber langsung di studio (*talkshow*) menjadi hiburan tersendiri bagi para santri.

Best FM juga tergabung dalam wadah sindikasi media komunitas, www.suarakomunitas.net. Best FM tergabung dengan Suara Komunitas sejak 12 Juli 2008. Ahmad Rofahan mewakili Best FM mengikuti lokakarya pembekalan pengetahuan pengelolaan informasi internet oleh Combine Resource Institution pada 2008 di Yogyakarta. Pada 2011, Best FM menjadi tuan rumah pertemuan editor tingkat nasional Suara Komunitas di Cirebon. Ketersambungan dengan media komunitas lain dari berbagai penjuru Indonesia membuat cakrawala informasi Best FM kian luas. Informasi yang dihadirkan kelak tidak berkatut pada lingkungan Pesantren Buntet, melainkan juga seputar Cirebon.

Tabel 1. Jenis media yang digunakan

		Wijaya Fm	Best FM	Suandri FM	Prima-dona FM	Speaker Kampung
Media yang Digunakan						
1.	Radio	o	o	o	o	x
2.	Buletin	v	v	v	v	v
3.	Blog/Web	o	o	v	o	o
4.	Facebook	o	o	o	o	o
5.	Twitter	o	o	x	v	x
6.	WhatsApp	o	o	x	x	x
7.	BBM	o	o	x	x	x

Keterangan:

o = Digunakan hingga sekarang

v = Pernah digunakan/ pernah ada

x = Tidak pernah digunakan

Tabel 2. Pola adopsi teknologi media baru

Pola	Wijaya Fm	Best FM	Suandri FM	Primadona FM	Speaker Kampung
Radio (dan buletin) → media baru	v	v	v	v	
Buletin → media baru					v
Hanya menggunakan radio → ada kebutuhan memperluas jangkauan audiens → menggunakan media baru	v				
Hanya menggunakan radio → mencoba teknologi baru (internet) / mengikuti tren → menggunakan media baru			v	v	v
Sudah menggunakan media baru → ada alat radio mengganggu (radio sebagai pelengkap)		v			

2. Aplikasi media baru menurut teori difusi inovasi

Dari uraian di atas, terlihat bahwa media komunitas yang diteliti telah mengadopsi media baru dengan caranya masing-masing. Lantas, faktor-faktor apa saja yang mendorong adopsi tersebut?

Dalam teori Difusi Inovasi (*Diffusion of Innovation*), Everett M. Rogers (1983) mengidentifikasi lima ciri (*attribute*) yang membuat sebuah inovasi akan (mudah) diterima atau tidak, yakni: *relative advantage*, *compatibility*, *complexity*, *trialibility* dan *observability*. Setiap karakter melekat pada tiap-tiap media komunitas dengan intensitas yang berbeda-beda.

Tabel 3. Karakteristik inovasi tiap media komunitas

Media	Karakteristik Inovasi				
	Relative Advantage	Compability	Complexity	Trialibility	Observability
Wijaya FM	Media baru dipandang memberikan sejumlah keuntungan, misalnya memudahkan pegiat Wijaya FM untuk mengakses berbagai informasi maupun materi lain yang digunakan dalam siaran, memudahkan untuk menjalin komunikasi dengan pendengar melalui grup media sosial (mengingat penggunaan layanan pesan pendek semakin/sms semakin berkurang), dll. Meski begitu, media baru belum menggantikan fungsi radio sebagai media penyampai pesan utama kepada audien.	Media baru tidak melanggar norma dan kebiasaan warga Wedomartani. Selain itu, pegiat Wijaya FM maupun pendengarnya yang kebanyakan merupakan anak muda anggota karang taruna telah menggunakan media baru untuk kebutuhan pribadi, misalnya untuk berkomunikasi melalui media sosial.	Media baru menyediakan platform-platform yang mudah dipahami dan diikuti baik oleh pegiat maupun pendengar Wijaya FM. Posisi desa Wedomartani yang tidak jauh dari kota, dan dekat dengan berbagai kampus, membuat warga mudah untuk menyesuaikan diri dengan teknologi baru.	Sejumlah platform media baru dapat dicoba dengan mudah, sehingga sebelum digunakan secara resmi atas nama Wijaya FM, sejumlah pengurus sudah mencoba dan memahaminya.	Sejumlah platform media baru telah digunakan oleh orang-orang di lingkungan sekitar Wijaya FM, baik oleh pendengar maupun pengurus secara personal. Dengan demikian, pendengar dapat membangun kecurigaan dan kekebihannya sebelum memutuskan untuk mengadopsi media baru tersebut.

Best FM	Media baru memberi keuntungan bagi pengelola Best FM karena daya jangkau yang luas, akses yang mudah, biaya yang murah, Majalah/buletin yang teretak ditanggalkan karena daya jangkaunya terbatas (harus menggunakan usaha yang besar untuk pengiriman), mahal untuk mencetaknya.	Media baru tidak menyalahi norma, kebiasaan yang dimiliki oleh komunitas pesantren Buntet. Kebiasaan media juga sudah ada, sehingga media baru sesuai dengan pengalaman yang sudah dimiliki.	Media baru menawarkan kemudahan akses dan kemudahan pengelolaannya dibanding media lama (cetak). Karakter warga pesantren yang relatif terpelajar serta berada di situasi yang mudah diterima teknologi baru, wawasan baru (faktor pergaulan) membuat mereka tidak kesulitan untuk memahami dan menggunakannya.	Media baru dapat dengan mudah dicoba, sehingga sebelum digunakan sepenuhnya (diadopsi), para pengelola memiliki kesempatan untuk belajar dan merasakan pengalaman baru dari media baru.	Ketika para relawan dapat melihat teman-temannya menggunakan media baru, maka dari kesempatan itu mereka dapat mengamati tentang untung-ruginya, suli-mudahnya dan kesesuaian dari media baru bagi dirinya.
Suandri FM	Di Suandri FM, media lama lebih digunakan karena media baru berbasis internet lebih sulit diakses sehingga teknologinya tidak menguntungkan dibanding media lama. Kesulitan akses internet karena sinyal telepon yang tidak stabil bisa menyebabkan kejangkalan (kepuasan tidak terwujud).	Suandri FM tidak terlalu bersemangat menggunakan media baru sebab media baru tidak bisa menjawab kebutuhan warga untuk kemudahan akses, yang menyebabkan sedikit yang tertarik mengkonsumsi isi media. Jika kebutuhan akan media tidak terjawab oleh media baru, maka media	Di Suandri FM, media lama lebih digunakan karena media baru berbasis internet lebih sulit diakses sehingga teknologinya tidak menguntungkan dibanding media lama. Kesulitan akses internet karena sinyal telepon yang tidak stabil bisa menyebabkan kejangkalan (kepuasan tidak terwujud).	Suandri FM pernah mencoba untuk menggunakan blog, namun hasilnya tidak mengembirakan dibanding radio komunitas, sehingga lebih berjaya atau tidak terkalahkan oleh media baru. Media baru sudah pernah coba digunakan, namun setelah mengalami langsung dan	Suandri FM pernah melihat penggunaan media baru di jaringannya rakom maupun pelatihan-pelatihan yang diikuti, namun pengaruh kesulitan akses internet lebih dominan menjadi penghambat penggunaan media baru.

Primadona FM	Para pegiat Primadona FM mendapatkan cukup banyak keuntungan lantaran menggunakan media baru. Tidak hanya informasi yang diproduksi mendapatkan audien yang lebih luas, namun aktivitas pada media baru membuat media komunitas ini menjadi sorotan. Para pegiatnya mendapatkan prestis di kalangan warga. Di kalangan pejabat mereka juga mendapatkan pengakuan.	lama bisa bertahan. Tidak mengherankan jika radio tetap dipilih untuk dhidupkan.	Complexity dalam penerapan media baru hanya ditemui di masa-masa awal. Hal ini dapat dimaklumi mengingat fase tersebut adalah fase pengenalan dan pembelajaran. Sebab setelah segala perangkat media baru dikuasai, pengoperasiannya pun diakui sangat mudah.	megevaluasi (mungkin tidak secara formal), mereka kemudian tidak aktif menggunakan media baru.	Pertemuan awal Primadona FM dengan media baru adalah pada lokarnya Suara Komunitas yang diadakan di Yogyakarta. Sepulang dari lokarnya tersebut, perlahan Primadona FM merencanakan penggunaan media baru untuk kepentingan komunitas. Keputusan untuk mengaplikasikan media baru adalah hasil amatan dalam lolakarnya tersebut.
Speaker Kampung	Ada dua keuntungan relatif yang didapat Speaker Kampung: keuntungan personal dan kolektif.	Internet (media baru) merupakan barang yang cukup mewah bagi lingkungan di mana	Tak ada kerumitan berarti dalam menerapkan media baru. Bagi Speaker Kampung media baru	Tahapan ini dilakukan setelah melalui fase pengamatan. Ketika memutuskan untuk menerapkan	Speaker Kampung mengamati media baru sebagai jalan keluar atas kesulitan yang mereka hadapi

	<p>Keuntungan personal dirasakan oleh para pegiat Speaker Kampung. Keberadaan mereka diakui oleh warga dan pemerintah setempat. Ada Pengakuan tersebut menimbulkan kebanggaan sehingga mereka akan berusaha menjaga prestis tersebut dengan terus bergiat di media komunitas.</p> <p>Sementara, keuntungan kolektif adalah pengakuan Speaker Kampung sebagai sebuah media yang menyuarakan kepentingan warga.</p>	<p>Speaker Kampung Berdiri. Tidak setiap orang memiliki inisiatif untuk mengembangkan media baru sebagai alat yang bermanfaat bagi warga. Ketika Speaker Kampung melakukan hal tersebut, maka mereka telah mengisi kekosongan tersebut. Hal ini juga didukung oleh karakter masyarakat yang cenderung terbuka terhadap teknologi baru, sehingga tidak menimbulkan pertentangan nilai maupun norma sama sekali.</p>	<p>merupakan teknologi yang 'mudah' dan sangat membantu mereka dalam mengembangkan media komunitas di lingkungannya.</p>	<p>media baru, Speaker Kampung memiliki keyakinan bahwa teknologi tersebut memiliki banyak keuntungan dan manfaat, sehingga tak ada keraguan untuk mencobanya. Unsur triabilitas dalam kasus Speaker Kampung cenderung minim.</p>	<p>ketika masih berformat cetak (buletin). Observasi atas media baru telah mendorong mereka untuk akhirnya mengaplikasikan teknologi tersebut. Mudah dan murah adalah faktor yang membuat mereka memutuskan untuk menggunakan media</p>
--	---	--	--	---	---

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa karakter inovasi media baru di masing-masing komunitas memengaruhi penerimaan pengelola media komunitas terhadap media baru. Wijaya FM terbilang lambat dalam menerapkan media baru meski akses internet di wilayahnya sudah cukup memadai sejak beberapa tahun sebelum pengelola akhirnya memutuskan menggunakannya. Beragam platform media baru yang muncul bersama dengan membaiknya infrastruktur jaringan internet memicu pegiat Wijaya FM untuk mulai menggunakan media baru. Awalnya, internet digunakan semata karena dorongan untuk *streaming* siaran radio. Setelah mengenal lebih jauh, pengelola melihat internet menyediakan kemungkinan lain untuk mengembangkan media komunitas. Dari situlah mereka kemudian membuat blog dan membuka akun media sosial yang bisa digunakan untuk memperlancar komunikasi dengan pendengar.

Di rakom ini, media baru telah diterima dan digunakan warga. Oleh karena itu, tidak ada kendala berarti bagi Wijaya FM untuk menerapkan media baru. Dengan digunakannya beragam platform media baru oleh warga, pengelola Wijaya FM memiliki banyak contoh untuk melihat bagaimana media baru itu digunakan, sekaligus memiliki kesempatan untuk mencobanya sebelum diterapkan pada rakom. Dengan infrastruktur jaringan internet yang cukup memadai, secara teknis upaya untuk mencoba menggunakan media baru tidak menemui kendala berarti.

Ketika media baru mulai digunakan dan lingkungan sekitar Rakom Wijaya FM semakin mengakrabi berbagai platform media sosial, maka media baru secara bertahap telah menggantikan peran media lainnya. Sebelum menggunakan media baru, dalam satu program siaran, pendengar biasanya berpartisipasi, misalnya

meminta lagu dan mengirim salam melalui layanan pesan pendek (SMS-*short message service*) di ponsel. Sekali siaran, jumlah SMS bisa mencapai ratusan. Namun seiring bertambahnya pengguna telepon pintar (*smartphone*) yang memiliki beragam aplikasi pesan, SMS yang masuk menurun menjadi hanya belasan per program siaran. Sejumlah pendengar memilih mengirim pesan atau meminta lagi melalui akun media sosial milik penyiarinya, seperti facebook dan twitter.

Selain itu, media baru juga memudahkan penyiar untuk mengisi program siaran yang diampunya. Mereka tinggal menghadap layar komputer atau ponsel pintar untuk mencari informasi yang relevan dengan program siaran untuk dibacakan kepada pendengar. Mereka juga jadi lebih mudah mencari koleksi lagu untuk diputar. Oleh karena itu, media baru memberikan keuntungan bagi mereka.

Meski demikian, menurut Jumadi, keberadaan radio sudah semakin rentan. Ia memperkirakan jumlah pendengar Wijaya FM saat ini sudah turun sekitar 30 persen. Selain karena kebiasaan masyarakat yang perlahan mulai meninggalkan radio, regulasi yang mengatur keberadaan rakom pun dianggap mengalami stagnansi. Hingga hari ini, kondisi rakom nyatanya tidak lebih baik dibandingkan dengan dekade yang lalu. Maka ketika internet muncul dengan segala potensinya, mereka tidak ragu untuk merencanakan media komunitas berbasis media baru di masa depan. Namun demikian, proyeksi pengoptimalan media baru tidak serta merta menghilangkan fungsi radio. Jumadi menginginkan semua medium bisa berjalan secara simultan, karena menurutnya setiap instrumen memiliki segmennya masing-masing.

Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwa di Rakom Wijaya

FM, proses adopsi media baru relatif berjalan lancar karena karakter-karakter inovasi di rakom ini dominan. Meski demikian, kehadiran media baru tidak lantas meniadakan fungsi dari radio komunitas yang sejak awal menjadi media utama.

Cerita berbeda dialami Suandri FM yang tidak terlalu bersemangat mengoptimalkan penggunaan media baru. Di Nagari III Koto Aur Malintang, media baru tidak bisa menjawab kebutuhan soal kemudahan akses, sehingga secara umum warga tidak tertarik mengakses informasi yang disajikan Suandri FM di media baru. Sulitnya akses internet juga membuat penerapan media baru menjadi mahal, sementara peminatnya sedikit, sehingga dianggap tidak menguntungkan (*relative advantage*/keuntungan relatif rendah). Jika kebutuhan akan media tidak terjawab oleh media baru, maka media lama bisa bertahan. Tidak mengherankan jika radio tetap menjadi prioritas.

Padahal, media komunitas yang berlokasi di salah satu dataran tinggi Sumatera Barat ini cukup berani untuk mencoba menerapkan media baru sejak tahun 2009, ketika infrastruktur internet belum memadai. Waktu itu, blog menjadi semacam media pengganti ketika radio berhenti siaran sementara akibat terdampak gempa.

Secara nilai dan norma yang berlaku di masyarakat, penggunaan media baru tidak menemui masalah. Persoalannya, pada waktu itu sebagian besar warga belum terbiasa dengan teknologi ini. Sulitnya akses dan minimnya kepemilikan peralatan pengoperasi media baru membuat pengembangan media baru pada media komunitas ini stagnan. Baru belakangan internet dan media baru, khususnya media sosial, makin melekat dengan kehidupan warga, khususnya kalangan muda.

Dalam sebuah *FGD (Focus Group Discussion)* di Padang Pariaman, 24 Februari 2016, seorang peserta bernama Jefri mengusulkan agar Suandri FM bisa merangkul rekan-rekan muda yang aktif di jejaring media sosial sebab potensinya cukup besar. Ini artinya, ‘pangsa’ media komunitas dengan platform media baru cukup besar di masa depan. Kendati hingga hari ini akses internet masih terbatas, para pegiat Suandri FM tak memungkiri bahwa media baru memiliki potensi besar memperkuat keberadaan media komunitas. Pengalaman membuktikan, ketika gempa mengguncang Padang Pariaman pada 2009, media baru memiliki peran tersendiri dalam aksi pemulihan pascagempa. Informasi mengenai bantuan, misalnya, dipublikasikan melalui blog dan media sosial, hingga kemudian mendapatkan respons yang positif dari khalayak luas.

Selain itu, media baru juga berpotensi besar untuk menjejarkan kembali warga setempat yang merantau dengan kampung halamannya. Ada kalanya para perantau ingin mengetahui apa saja yang terjadi di kampungnya, namun hampir muskil mendapatkannya dari media arus utama—kecuali ada perkara besar yang menjadi perhatian publik nasional. Di sinilah media komunitas bisa mengisi kekosongan peran media arus utama atau dalam bahasa Louie Tabing (2000), “...community media have been increasingly explored because of their potential to fill the glaring gaps in the mass media system.” Penggunaan media baru oleh media komunitas bisa menjadi pelipur lara para perantau yang rindu kampung halaman.

Azwar sebagai aktor kunci Suandri FM mengakui bahwa pihaknya tidak mengoptimalkan media baru dalam dua tahun terakhir. Selain karena kesibukan masing-masing pegiat, media baru

belum cukup familiar lantaran alasan-alasan yang sudah disebut di depan. Dengan demikian, walaupun karakter *observability*, *trialibility* dan *compatibility* di Suandri FM dominan, namun karakter *complexity* juga tinggi, terlihat dari pernyataan pengelola yang merasa bahwa media baru masih sulit dijangkau sehingga dipandang tidak menguntungkan (karakter *relative advantage* kurang). Oleh karena itu, adopsi media baru pun tidak diteruskan, setidaknya hingga studi ini dilakukan.

Compatibility adalah situasi dimana teknologi berpotensi memenuhi kebutuhan yang belum tersedia. Penerapannya dengan catatan, bahwa teknologi tersebut tidak bertentangan dengan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat/ komunitas. Derajat kesesuaian antara media baru dengan norma, kebiasaan, pengalaman dan kebutuhan menjadi faktor yang menentukan keinginan warga untuk menggunakan media baru. Jika media baru sesuai dengan pengalaman warga dalam bermedia, maka media baru akan lebih mudah diterima. Warga yang terbiasa menggunakan media komunitas dengan teknologi konvensional, yang bisa membangun keterlibatan warga, akan enggan berpindah ke media baru yang boleh jadi kurang mengakomodasi keterlibatan warga. *Compatibility* menjadi karakter dominan dalam transformasi media baru pada Best FM.

Tradisi bermedia, diakui oleh Ahmad Rofahan, sudah melekat sejak lama di lingkungan tersebut. Sebelum media baru, media komunitas sudah lebih dulu ada dalam bentuk buletin, yakni Buletin Kalam dan Bilik. Kalam yang dimotori oleh kakaknya, Munib, mampu memproduksi selama beberapa tahun dengan sokongan finansial dari Madrasah Aliyah Nahdlatul Ulama Pesantren Buntet. Meski didanai oleh institusi pendidikan

tertentu, Buletin Kalam beredar luas di setiap lapisan kalangan santri Pesantren Buntet. Ketika dikonfirmasi, Munib tidak bisa memastikan kapan rentang waktu tepat Buletin Kalam berproduksi. Ia meyakini bahwa Kalam sudah beredar sejak tahun 2003 sebab bertepatan dengan momentum pelatihan jurnalistik pesantren se-Jawa Barat. Pelatihan tersebut merupakan hasil kerja sama antara Kalam dengan Koran Pikiran Rakyat dalam rangka memperingati ulang tahun media asal Bandung tersebut. Setelah melalui masa kejayaannya, Kalam menutup usia dan memberikan peluang kepada media baru lainnya untuk berkembang, yakni Bilik (Buletin Cilik). Alasan Munib menghentikan produksi buletin Kalam lantaran fokus konten Bilik yang kurang lebih sama, serta melayani segmen yang sama pula (wawancara dengan Munib, 10 Februari 2016). Di sini terlihat secara tidak sengaja terjadi estafet keberadaan media komunitas di Pesantren Buntet. Bilik terbit atas inisiasi golongan muda di pesantren tersebut, yakni Ikatan Keluarga Asrama Pesantren Buntet (IKAPB) pada 2008.

Namun, pada akhirnya Bilik pun terpaksa berhenti berproduksi seiring dengan kesibukan para pegiatnya dan kapasitas finansial yang semakin menurun. Media informasi komunitas akhirnya dialihkan sepenuhnya kepada situs web yang sudah mulai dikembangkan sejak 2006—dengan pengurus yang berbeda. Ahmad Rofahan dan Mubarak Hassanudin adalah dua di antara pengurus situs web tersebut. Para kontributor media tersebut berasal dari kalangan pesantren sendiri. Tidak jarang, para alumni pesantren yang berdomisili di luar Cirebon turut menyumbangkan karyanya. Keberadaan situs web sangat membantu dalam penyebaran (*syiar*) nilai-nilai keagamaan Pesantren Buntet secara lebih luas. Targetnya pun meluas dari sekadar kalangan internal menjadi kalangan eksternal pesantren.

Karakter pesantren yang terbuka, seperti yang sudah dijelaskan di depan, sangat mendorong suburnya media komunitas di sini. Mubarak dan Rofahan, misalnya, selain menghidupi situs web Pesantren Buntet juga bergiat aktif di komunitas yang mereka namai *Jingga Media*.⁵ Komunitas ini menggawangi beberapa situs web desa di Kabupaten Cirebon dan sebuah media komunitas berbasis media baru dengan segmen pelajar bernama *www.madingsekolah.net*.

Selain nilai positif dan manfaat, situs *web* Pesantren Buntet ternyata juga memicu ketidaksukaan kelompok lain yang berseberangan secara ideologis. Pada 2009 hingga 2011, situs web tersebut berkali-kali diretas oleh orang tak dikenal. Mubarak selaku admin utama situs web Pesantren Buntet, mengatakan serangan-serangan tersebut ditengarai berasal dari kelompok Islam garis keras yang tidak suka dengan *syiar* Pesantren Buntet yang moderat. Ia meyakini bahwa pelakunya berasal dari kelompok garis keras lantaran simbol-simbol yang ditinggalkan oleh para peretas. Namun, kejadian ini tidak mengendurkan semangat para pegiatnya. Justru dengan adanya serangan-serangan tersebut, para pegiat *www.buntetpesantren.org* semakin getol mempertahankan eksistensinya dengan tujuan melindungi segenap komunitas Pesantren Buntet dari paham-paham radikal. Di sini media baru kemudian tidak hanya berfungsi sebagai sarana pendidikan, tetapi juga sekaligus menjadi medium tanding atas pihak-pihak lain yang berkonfrontasi secara ideologis.

5 *Jingga Media* didirikan pada 2002. Berawal dari sebuah *website* tak terpakai, komunitas yang mendapuk dirinya sebagai komunitas TIK ini bertransformasi hingga menjadi wadah pengembangan media komunitas di Kabupaten Cirebon. Pada tahun 2015, *Jingga Media* mendapatkan penghargaan sebagai komunitas TIK terbaik se-Jawa Barat dalam gelaran Kominfo Awards 2015 yang dihelat di Bandung, 14 Desember.

Selain *compatibility* (memenuhi yang belum tersedia), keuntungan relatif juga cukup kental pada media komunitas ini. Keuntungan relatif di sini terwujud dalam keberhasilan Best FM membendung kelompok yang menyiarkan paham-paham radikal melalui berbagai media, khususnya radio⁶. Bagi Best FM, *syiar* tidak melulu bersifat penetratif, melainkan juga defensif. Aktivitas media komunitas ini menjadi salah satu upaya untuk mencegah penyebarluasan paham radikal yang kian masif dari tahun ke tahun. Keuntungan lain yang didapat adalah meningkatnya kredibilitas Best FM. Selain isu-isu terkait agama, Best FM juga membuka ruang bagi isu-isu lain selama membawa masalah bagi komunitasnya. Salah satunya adalah isu kesehatan reproduksi. Rofahan mengatakan bahwa isu reproduksi menjadi primadona di kalangan santri perempuan. Setiap kali diadakan *talkshow* langsung, studio selalu terisi penuh oleh para santri yang antusias. Laggengnya kampanye kesehatan reproduksi di Best FM diapresiasi oleh badan negara yang mensponsori isu-isu tersebut, yakni BKKBN (Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional). Beberapa kali pejabat BKKBN berkunjung langsung ke studio untuk meninjau dan memberi apresiasi kepada pengurus Best FM. Bentuk keuntungan lainnya adalah kepuasan para pegiatnya. Mubarak mengatakan ada kepuasan tersendiri ketika jerih payahnya berguna bagi masyarakat. Baginya, kepuasan adalah keuntungan yang tak bisa diukur dengan nominal.

Jika *compatibility* menekankan kemungkinan teknologi memenuhi fungsi yang belum tersedia dalam suatu masyarakat, maka *observability* adalah upaya untuk mengamati terlebih dahulu

6 Radio yang dioperasikan oleh kelompok Islam garis keras di Cirebon, menurut Rofahan, menggunakan frekuensi yang sama dengan Best FM. Apabila Best FM berhenti mengudara, maka siaran dari radio tersebutlah yang akan terdengar.

sejauh apa sebuah teknologi bermanfaat, sebelum kemudian menggunakannya. Ada unsur kewaspadaan terhadap budaya baru. *Observability* dalam pengertian Rogers adalah situasi dimana teknologi akan dapat diterima apabila calon subyek telah melihat buktinya. Praktik baik yang terbukti—oleh pihak lain—akan mendorong mereka untuk menerapkan hal serupa. Semakin tinggi derajat inovasi untuk bisa diamati, maka semakin besar kemungkinan suatu inovasi diterima (diadopsi). Adanya kesempatan untuk melihat, belajar dari orang lain bisa mendorong orang untuk menggunakan atau tidak menggunakannya. Pengamatan bisa memberi gambaran nyata dibanding hanya mendengar atau membaca. Melalui cara ini penggunaan suatu inovasi memberi inspirasi bagi orang lain.

Dua media komunitas di Lombok, Primadona FM dan Speaker Kampung, merasakan manfaat yang lain dalam penerapan media baru. Bagi keduanya, media baru memberikan keuntungan yakni naiknya status sosial yang kemudian berdampak pada kehidupan para pegiatnya. Pengalaman keduanya sangat dominan karakter keuntungan relatif (*relative advantage*) dalam teori difusi inovasi. Keuntungan relatif dalam definisi Rogers adalah “...*the degree to which an innovation is perceived as being better than the idea it supersedes. The degree of relative advantage is often expressed in economic profitability, in status giving, or in other ways.*”

Dalam konteks ini, minat warga berpindah menggunakan media baru disebabkan oleh faktor: apakah media baru memberi keuntungan relatif kepada penggunanya (*adopter*)? Keuntungan relatif ini bisa bersifat keuntungan ekonomis, misal karena media tersebut lebih murah ongkosnya; keuntungan *prestise* atau kebanggaan sosial, misal karena media baru membuat pengguna

lebih populer, lebih mendapat tempat di masyarakat; keuntungan berupa kenyamanan, karena media baru gampang digunakan atau dimanfaatkan; keuntungan berupa kepuasan, media baru memberi kepuasan bagi penggunanya, misal kepuasan menjangkau warga lebih luas. Semua keuntungan relatif itu harus dibandingkan dengan teknologi (atau media) sebelumnya. Semakin tinggi derajat keuntungan dari suatu hal baru/ inovasi, maka daya tariknya semakin tinggi. Di Suandri FM, media lama masih menjadi prioritas karena media baru berbasis internet lebih sulit diakses sehingga teknologi baru tidak menguntungkan dibanding media lama. Kesulitan akses internet karena sinyal telepon yang tidak stabil bisa menyebabkan kejengkelan (kepuasan tidak terwujud).

Pada media komunitas Primadona FM dan Speaker Kampung, para pegiat mungkin pada awalnya tidak menyangka akan mendapatkan ‘keuntungan’ karena mengadopsi media baru. Namun, seiring perjalanan—yang disertai ketelatenan—para pegiat media komunitas tersebut mendapatkan manfaat, selain yang mereka harapkan di awal.

Primadona FM telah menggunakan media baru sejak 2008. Pada tahun-tahun pertama tidak banyak ‘keuntungan’ yang diperoleh. Namun konsistensi dalam menerapkan media baru kian membawanya pada keuntungan yang tidak diduga sebelumnya, misalnya, *prestise* sosial.

Di tengah masyarakat dengan tingkat literasi dan akses informasi yang rendah, menjadi sosok yang bergelut dengan teknologi-teknologi canggih adalah sebuah ‘keberhasilan’. Syairi, misalnya, ‘diakui’ keberadaannya oleh tokoh dan pejabat daerah setempat karena menjadi penggerak utama media komunitas Primadona FM dan kerap menulis hal-hal kritis dan konstruktif. Oleh

lingkungannya, ia dikenal sebagai pewarta yang membawa kebaikan bagi masyarakat atau komunitasnya. Setiap berita terkait isu sosial kemasyarakatan yang diproduksi, hampir selalu mendapatkan respons cepat dari otoritas setempat. Bahkan menurut Syairi, www.suarakomunitas.net, khususnya kanal Lombok Utara, menjadi perhatian pemerintah daerah, mengungguli sumber-sumber informasi lainnya di daerah tersebut. Syairi sebagai warga sekaligus pewarta, berkali-kali juga berhasil mendorong penyediaan fasilitas publik di Desa Karangbajo khususnya, dan Kecamatan Bayan pada umumnya, melalui karya-karya jurnalistik. Pada 2013 misalnya, sebuah sekolah, SMA Kesehatan Hamzar, sukses didirikan lantaran adanya intervensi media komunitas. Melalui Primadona FM (radio dan media baru), informasi tentang keberadaan sekolah tersebut diumumkan hampir setiap hari. Tidak cuma gerakan *online* dan *on air*, para pendiri sekolah bersama pegiat di Primadona FM melakukan gerakan *offline*, yakni berkorespondensi dengan pejabat-pejabat terkait untuk rencana pendirian sekolah tersebut. Walhasil, SMK Hamzar sukses didirikan. Mereka mendapatkan izin beroperasi dan berhasil memenuhi kuota minimal siswa di tahun pertamanya. Imbas lainnya, para pendiri sekolah SMK Kesehatan Hamzar kini menjadi pegiat aktif di Primadona FM.

Ada dua keuntungan yang didapat sekaligus di sini: keuntungan *personal* dan *kolektif*. Keuntungan personal mewujud dalam prestis sosial yang dicapai pegiat Primadona FM. Mereka semakin mendapat sorotan oleh masyarakat dan tokoh atau pejabat setempat lantaran aktivitas-aktivitasnya membawa nilai-nilai positif bagi masyarakat. Sementara keuntungan kolektif mewujud dalam kredibilitas media komunitas yang semakin diperhitungkan. Secara kolektif Primadona FM dilihat sebagai media komunitas yang mampu menjembatani antara kebutuhan warga dengan

kebijakan pemerintah. Regenerasi pegiat terjadi secara alamiah. Hal ini memungkinkan sebab didorong oleh faktor-faktor pendukung, yakni kemampuan jurnalistik yang baik, konsistensi bermedia dan dedikasi terhadap warga. Kolaborasi dengan warga, misalnya para pendiri SMK Hamzar, pun membawa hasil baik. Usai tujuan utama untuk mendirikan sekolah tercapai, para pendiri sekolah pun bergabung menjadi awak Primadona FM. Ada timbal balik yang saling menguntungkan antara keduanya.

Selain *relative advantage* yang sangat kental, *compatibility* sudah tentu menjadi karakter yang melekat pada Primadona FM. Minimnya saluran informasi, terlebih yang berbasis media baru, menjadikan media komunitas ini mampu mengisi ketiadaan sumber informasi lokal. Mereka menjadi yang terdepan dalam penerapan teknologi informasi tepat guna bagi masyarakat di Karangbajo. Bahkan, salah seorang pegiat Primadona FM yang sekaligus kepala desa, Kertamalip, berkali-kali mendapatkan penghargaan karena mampu menyinergiskan kerja-kerja pelayanan publik dengan media komunitas. Terakhir, pada pertengahan 2016 ia mendapat penghargaan dari salah satu perusahaan penyedia jasa internet lantaran sumbangsuhnya dalam menciptakan *good governance* dengan memanfaatkan teknologi informasi, serta mendorong masyarakat untuk lebih melek internet. Semua itu merupakan buah dari proses yang selama ini ia jalani bersama Primadona FM.

Demikian juga dengan Speaker Kampung. Ada keuntungan kolektif dan keuntungan personal sehingga membuat para pegiatnya ‘ketagihan’ untuk terus bermedia. Secara personal mereka merasakan manfaat kenaikan status sosial. Para pegiat Speaker Kampung selalu diandalkan untuk menyoroti persoalan

yang dihadapi warga—atau sekadar meliput kegiatan masyarakat. Label wartawan pun melekat pada mereka. Ada kebanggaan tersendiri bagi Rasyid Ridho, salah satu pegiatnya, ketika disebut sebagai ‘wartawan’. Pun oleh pejabat setempat, para pegiat Speaker Kampung menjadi sosok yang disegani karena turut mempromosikan atau memberikan usulan konstruktif bagi desa. Karena keterampilan mereka dalam menggunakan berbagai alat rekam, mereka pernah dilibatkan dalam proyek pembuatan video profil desa.

Pada awal tahun 2016, Speaker Kampung diundang dalam sebuah *talkshow* oleh Selaparang TV, sebuah lembaga penyiaran publik (LPP) lokal. Eros, mengaku bangga media komunitasnya diliput oleh Selaparang TV dan diakui sebagai “satu-satunya media komunitas yang konsisten menyuarakan kepentingan akar rumput”⁷ di Lombok Timur. Di level kolektif, Speaker Kampung kian diperhitungkan keberadaannya.

Selain bermedia, pegiat Speaker Kampung juga aktif dalam beberapa kegiatan yang bersifat edukatif dan organisasional. Sebagai contoh, Speaker Kampung giat membuat pelatihan jurnalistik dan teater bagi pelajar di lingkungannya. Karena rekam jejaknya, para pegiat Speaker Kampung dipercaya untuk memberikan pelatihan jurnalistik dan teater bagi pelajar di sejumlah sekolah di Kecamatan Suela. Pelatihan-pelatihan tersebut ditujukan agar para siswa memiliki *skill* lain di luar ranah akademis. Para siswa ini pun kemudian dilibatkan dalam proyek video yang disebut

7 Pernyataan ini disampaikan ulang oleh Eros dalam wawancara yang dilakukan pada 4 Maret 2016, di markas Speaker Kampung, Desa Ketangga, Lombok Timur. Klaim ini perlu diuji kembali, sebab nyatanya di lapangan cukup banyak media komunitas yang aktif di kawasan tersebut, dalam berbagai platform.

sebagai *Sketsasak*⁸, sebuah video humor (terkadang satir) yang kerap mengandung pesan nilai dan norma masyarakat Sasak, suku asli di Lombok. Pelatihan-pelatihan tersebut juga menjadi ruang kaderisasi untuk melahirkan generasi-generasi baru pewarta warga dan penerus nafas media komunitas di Suela. Selain bekerjasama dengan sekolah, Speaker Kampung rutin mengadakan pelatihan jurnalistik bagi pemuda setempat hampir setiap tahun. Mereka menggandeng pihak-pihak yang punya kompetensi di bidang tersebut, misalnya Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Kota Mataram.

Speaker Kampung juga terlibat aktif dalam Forum Kelompok Informasi Masyarakat (ForKIM) Lombok Timur. ForKIM adalah wadah yang berisikan kelompok informasi masyarakat yang berasal dari berbagai desa dan kecamatan di Lombok Timur. Dalam forum tersebut, Speaker Kampung menjadi perwakilan kelompok informasi masyarakat Kecamatan Suela. Keberadaan ForKIM disokong oleh Dinas Perhubungan dan Komunikasi Lombok Timur.

Sebagai kelompok informasi masyarakat yang mewakili Kecamatan Suela, Speaker Kampung dengan demikian juga mengisi ruang kosong yang selama ini ada. Dalam ForKIM mereka berjejaring dengan banyak KIM lain, serta dengan jajaran Departemen Komunikasi dan Informasi Lombok Timur. Hal itu membuat posisi sosial mereka di masyarakat semakin baik.

⁸ Video-video *Sketsasak* dipublikasikan melalui kanal YouTube. Bisa diakses melalui tautan ini: <https://www.youtube.com/channel/UCyijYWEnmAXq2OE-3bmNRWQ>

3. Kekurangan dan kelebihan media baru

Dari semua contoh kasus yang diamati, hal positif yang dirasakan oleh setiap media komunitas yang menerapkan media baru adalah bahwa media baru bermanfaat bagi media komunitas dalam memperluas jangkauan audiens. Media baru juga membantu media komunitas untuk dapat menyuarakan informasi-informasi lokal ke segmen yang berada di luar teritori jangkauan medium sebelumnya (radio dan buletin). Media baru dianggap menjadi solusi atas ‘keterbatasan’ yang didera oleh media komunitas.

Regulasi, misalnya. Mengenai media baru, kelima media komunitas merasa tidak mengalami hambatan—kendati jika ditelisik lagi, ada peraturan yang bisa menjebak aktivitas media komunitas berbasis media baru, seperti UU ITE. Dengan media baru, mereka merasa lebih merasa leluasa bergerak untuk bermedia (meliputi seluruh aktivitas jurnalistik dan hiburan). Tak ada yang mengungkapkan kegelisahannya tentang perizinan, misalnya, yang hampir selalu dikeluhkan oleh radio komunitas.

Namun dari sisi negatif, seperti terlihat pada paparan di depan, penerapan media baru belum berjalan optimal oleh karena kendala-kendala teknis. Infrastruktur merupakan isu krusial bagi media-media komunitas yang kebanyakan berada di wilayah terpencil. Daya tahan yang terbatas (finansial, sumber daya manusia, dsb.) menjadi persoalan lain ketika infrastruktur tidak memadai. Kesabaran—yang kemudian menentukan konsistensi—para pegiat media komunitas betul-betul diuji di sini. Kasus Suandri FM menunjukkan, meski diakui bermanfaat, media baru begitu sulit diadopsi karena prasarana yang kurang menunjang. Sebaliknya terjadi di Wijaya FM. Meski secara infrastruktur hampir tak ada kendala, dan secara visi pun sudah melampaui apa

yang dicapai sekarang, pengoperasian media baru masih terhambat oleh keterbatasan sumber daya manusianya.

Absennya *keuntungan relatif* dalam beberapa kasus, seperti Suandri FM dan Wijaya FM, juga menjadi salah satu faktor mengapa mereka rentan dari sisi keberlanjutan. Suandri FM masih melihat media baru sebagai sekadar ‘media’. Wijaya FM, meski sudah memiliki visi ‘digitalisasi’, masih berkuat dengan persoalan SDM. Sementara itu, Primadona FM dan Speaker Kampung, berhasil mendapatkan benefit dari aktivitasnya menggunakan media baru. Perbedaan hasil yang didapat tentu dilatari oleh kondisi obyektif tiap-tiap daerah yang berbeda, namun kemampuan manajerial sumber daya turut memberi pengaruh yang cukup signifikan.

Tabel 4. Faktor penghambat dan pendorong adopsi media baru

Faktor penghambat	Faktor pendorong
Infrastruktur internet tidak memadai	Menyesuaikan dengan tren zaman
Keterbatasan peralatan penunjang media baru	Memenuhi ruang komunikasi dan informasi yang belum tersedia
Keterbatasan sumber daya manusia	Keinginan untuk menjangkau audiens yang lebih luas
Keterbatasan biaya operasional	Keuntungan yang didapat setelah mengaplikasikan media baru (ekonomis, praktis, <i>prestis</i> , status sosial, dll.)
Regulasi yang tidak ramah para media komunitas	Lebih canggih
	Memperluas jaringan sesama media

BAB IV

Ide, Informasi, dan Perubahan Sosial: Dampak Media Baru Bagi Media Komunitas

Penelitian yang dilakukan di Best FM (Cirebon), Wijaya FM (Yogyakarta), Suandri FM (Padang Pariaman), Primadona FM (Lombok Utara), dan Speaker Kampung (Lombok Timur) menyimpulkan satu hal penting: bagi media komunitas, kehadiran media baru telah membuka ide warga untuk berkomunikasi internal dan eksternal. Arus informasi menjadi dinamis, tidak lagi mengejar arus informasi *mainstream*. Oleh karena informasinya independen dan berorientasi pada warga, maka warga semakin kritis dan peka terhadap realitas sosial di sekitarnya.

Kekritisan dan kepekaan warga tersebut mewujud dalam berbagai macam hal, mulai dari akses informasi yang semakin luas, produksi konten yang semakin beragam (menciptakan konten alternatif), membangun komunitas (*community building*), menciptakan gerakan literasi kultural, hingga pemberdayaan warga dalam bidang ekonomi. Kesemuanya mewujud dalam satu dinamika media komunitas yang dijalankan oleh warga. Termasuk

di dalamnya adalah orang-orang yang secara khusus menjadi pengurus ataupun pewarta di dalam media komunitas itu sendiri.

Bagian ini akan mendalami apa dan bagaimana komunitas bersentuhan dan memakai media baru, hingga akhirnya membuat pembaruan pada hal-hal yang telah disebutkan sebelumnya. Perspektif untuk melihat dinamika tersebut diambil dari konsep beberapa ahli yakni: (1) konsep Everett M. Rogers tentang *A Model of The Innovation Process* (1986); (2) konsep Barry N. Hague dan Brian D. Loader dalam buku *Digital Democracy: Discourse and Decision Making in the Information Age* (1999); dan (3) konsep Zizi Papacharissi dalam tulisan *The Internet, The Public Sphere, and Beyond* (dalam Andrew Chadwick dan Philip N. Howard (Eds), 2009).

1. Inovasi media komunitas:

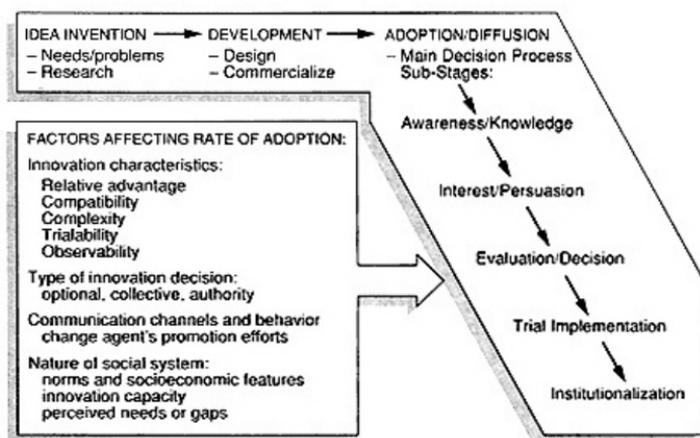
Dari konten hingga dampak sosial ekonomi

Rogers menjelaskan bahwa dalam menerima kebaruan atau berinovasi, setiap organisasi akan menjalani dua proses besar yakni inisiasi dan implementasi. Inisiasi terdiri dari *agenda setting* dan *matching*. Sedangkan proses implementasi terdiri dari *redefining*, *clarifying*, dan *routinizing*.

Inisiasi diawali dengan *agenda setting*. Proses ini diawali ketika pimpinan komunitas melihat bahwa organisasi mengalami satu masalah yang berkepanjangan dan membutuhkan solusi jitu. Pada titik ini pemimpin komunitas menyadari bahwa inovasi menjadi kata kunci yang harus dilakukan komunitas. Dalam konteks media komunitas, media baru merupakan kunci inovasi. Maka langkah selanjutnya adalah identifikasi problem utama dan perumusan

solusi berbasis media baru bagi penyelesaian problem tersebut (*matching*). Setelah diyakini bahwa media baru menjadi solusi atas problem yang ada maka tahapan selanjutnya adalah implementasi, yakni ketika organisasi/ media komunitas mengimplementasikan inovasi berbasis media baru ke dalam kerja harian media tersebut. Perubahan di internal organisasi ini bukan hal yang mudah dilakukan, butuh penyesuaian sebelum menjadi hal rutin yang bisa dilakukan organisasi (*redefining, clarifying, dan routinizing*).

Gambar 2. Difusi inovasi Everett M. Rogers



Proses ini tampaknya juga terjadi pada media-media komunitas yang menjadi obyek penelitian. Wijaya FM misalnya. Jumadi sebagai pemimpin komunitas di Wijaya FM menyatakan bahwa media mereka sedikit mengalami kemandekan dalam produksi

program karena siklus akses dan produksi informasi yang berjalan lambat. Ia melihat keterkoneksian Wijaya FM dengan internet menjadi hal yang mutlak dilakukan. Itu bukan berarti radio berganti menjadi media internet. Radio tetap jalan terus, namun menggunakan internet sebagai sarana untuk mengakses informasi dan memproduksi program-program di Wijaya FM. Dalam praktiknya, para penyiar mengambil berita dari internet kemudian menyajikannya kepada audiensi lewat radio serta media lain yang dikelola Wijaya FM. Selanjutnya, berita yang butuh pendalaman akan disalurkan lewat blog Wijaya FM. Blog ini memproduksi berita dari hasil reportase awak Wijaya FM (baik penyiar maupun pengurus). Selain itu, internet juga menjadi saluran baru untuk menambah koleksi lagu di Wijaya FM. Jika sebelumnya perbendaharaan lagu sangat tergantung pada kaset dan CD, mulai periode 2013 sampai saat ini, Wijaya FM membarui lagu mereka dengan cara mengunduh di internet beragam jenis lagu seperti lagu pop, campursari, dangdut koplo, dan sebagainya.

Tidak hanya soal akses informasi saja, keterkoneksian Wijaya FM dengan internet bahkan membuat radio komunitas ini mampu menjadi jembatan informasi bagi warga saat terjadi bencana Gunung Merapi meletus pada 2010. Wijaya FM menginformasikan mitigasi bencana, perkembangan terkini situasi Gunung Merapi, alur pengungsian dari barak ke barak, hingga informasi mengenai kebutuhan pokok para pengungsi yang mulai berkurang sehingga membutuhkan bantuan dari warga.

Kesempatan media komunitas untuk memperbarui materi lagu dan berita lewat internet dimanfaatkan juga oleh Suandri FM dan Primadona FM. Dua radio komunitas itu melihat bahwa kebaruan lagu dan berita menjadi hal penting. Maka ketika

pemimpin mereka (Azwar Mardin dari Suandri FM dan alm. M. Syairi dari Primadona FM) mengarahkan perubahan proses bermedia dari analog menjadi digital (berbasis internet), segeralah media komunitas tersebut berinovasi dan menciptakan kebaruan-kebaruan dalam materi lagu maupun berita lewat internet.

Soal pemimpin, Primadona FM menjadi contoh yang tepat mengenai pengaruh pemimpin dalam menggunakan media baru untuk orientasi komunikasi ke luar komunitas (dalam konsep Rogers, tahapan ini disebut *agenda setting* dan *matching*). Berbagai informasi berhasil diwartakan keluar komunitas karena pemimpin Primadona FM (alm. Syairi) rajin menulis perkembangan komunitas/lokal di situs web Primadona FM maupun www.suarkaomunitas.net sehingga memungkinkan warga maupun aparat pemerintah mengakses berita tersebut.

Fakta menarik lain mengenai inovasi media komunitas berbasis internet didapat dari Best FM. Pemimpin mereka, Rofahan dan Mubarak, terlebih dahulu berinovasi dengan media internet lewat situs web Buntet Pesantren (www.buntetpesantren.org) sebelum radio komunitas Best FM berdiri. Situs web ini menjadi saluran komunikasi dan informasi bagi warga pesantren khususnya dan warga Cirebon umumnya. Hingga akhirnya Best FM berdiri, mereka mampu menyebarluaskan informasi yang khas pesantren seperti berbagai macam keilmuan Islam: tentang cara-cara berwudlu yang baik, rukun-rukun wudu, dan sebagainya. Materi ini didistribusikan melalui siaran-siaran Best FM maupun situs web Pesantren Buntet. Selain itu Best FM juga menerima informasi dari sumber alternatif melalui surat elektronik (dari alumni pesantren, tulisan kiai yang berada di luar kota, luar negeri, dll).

Pada kasus Best FM, ketika media baru diadopsi dan diimplementasikan oleh komunitas, maka ada berbagai hal baru yang mampu dijalankan oleh komunitas. Jingga Media, merupakan kegiatan yang dipelopori oleh Rofahan dan Mubarak, yang mampu menginisiasi pendirian situs web www.madingsekolah.net dengan tujuan memberikan konsultasi bagi mading-mading sekolah di seluruh Indonesia. Salah satu capaian mereka adalah membuat kompetisi “surat kepada presiden” yang kemudian naskahnya dibukukan. Kegiatan ini sejatinya merupakan lomba yang diadakan oleh www.madingsekolah.net. Walaupun hadiahnya hanya *flashdisk*, kegiatan itu mampu menciptakan ketertarikan pelajar untuk menulis sesuatu kepada presidennya. Terdapat ide dan gagasan pelajar yang berhasil ditarik oleh kegiatan ini. Poin pentingnya bukan terletak pada tindak lanjut dari tulisan para pelajar tersebut oleh presiden, tetapi adanya ruang yang memungkinkan bagi para pelajar tersebut untuk mengeluarkan *unek-unek* kepada presidennya.

Dinamika yang terjadi Wijaya FM, Suandri FM, Taratak FM, Best FM, serta Primadona FM menunjukkan bahwa media komunitas mampu berinovasi dan menerima media baru sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kegiatan bermedia mereka. Prosesnya sesuai dengan konsep yang dikemukakan Rogers (1986) yakni diawali dengan *agenda setting*, dimana pimpinan komunitas melihat bahwa organisasi mengalami satu masalah yang berkepanjangan dan membutuhkan solusi yang jitu. Masalah yang melingkupi media-media komunitas tersebut tentu bermacam-macam, namun semuanya bermuara pada satu titik yakni menerima media baru sebagai inovasi dalam kegiatan bermedia mereka. Dengan berinovasi, media komunitas tidak hanya bertahan hidup

namun mampu meraih kembali kepercayaan warga terhadap dirinya, yakni kepercayaan untuk mendapatkan informasi dan hiburan.

Speaker Kampung agaknya sedikit berbeda. Jika lainnya berangkat dari media komunitas berbasis radio, Speaker Kampung sejak awal kelahirannya (diinisiasi oleh Eros) melihat bahwa ada ketimpangan informasi yang diakibatkan oleh saluran media yang minim bagi warga. Oleh karena itu, Eros dan beberapa pemuda di Desa Ketangga mendirikan Speaker Kampung, yakni media komunitas berbasis internet yang kontennya murni berorientasi kepada warga. Walaupun demikian, tahapan adopsi inovasi dalam Speaker Kampung tetap berada pada konsep inisiasi dan implementasi yang dikenalkan Rogers. Dari awalnya, internet hanya menjadi sarana untuk mencari hiburan bagi warga, menjadi sebuah sarana untuk melakukan berbagai macam usaha perubahan.

Eros sebagai pemimpin komunitas mengambil peran penting di sini, mulai dari meyakinkan anggota komunitas hingga warga (baik warga biasa maupun pejabat) untuk mengakrabi internet sebagai sarana untuk berkomunikasi dan berbagi informasi dengan orientasi kepada perubahan. Jika tadinya internet hanya digunakan oleh warga sebagai sarana bersenang-senang; misalnya berselancar informasi via Google, bersua teman di facebook, dan sebagainya, maka oleh Eros, warga diajak untuk memanfaatkan ponsel pintar dan internet yang ada di dalamnya menjadi hal yang lebih memberdayakan warga. Eros mengajari warga ketika ada kejadian, difoto, kemudian dibuat keterangan sedikit, lalu diunggah di laman facebook dan blog Speaker Kampung. Hari itu peristiwa terjadi, maka pada hari ini juga akan ada berita mengenai hal tersebut.

Anggota Speaker Kampung menyebut dirinya sebagai pewarta warga. Mereka menerapkan prinsip-prinsip jurnalistik untuk meliput dan menulis berita lokal (Kecamatan Suela dan sekitarnya) *via* facebook Speaker Kampung dan blog. Informasi seputar Lombok Timur, maupun Nusa Tenggara Barat direproduksi untuk ditulis dan diwartakan lewat facebook dan blog Speaker Kampung. Selain itu, informasi lokal dari seluruh Indonesia *via* Suara Komunitas juga direproduksi untuk ditulis dan diwartakan lewat facebook dan blog Speaker Kampung. Dengan demikian, Speaker Kampung memanfaatkan saluran, artinya karena berita di Suara Komunitas bisa *dicopy-paste* karena hak cipta ada di tangan penulisnya. Maka berita tersebut bisa direproduksi ke ribuan kanal lainnya, dan tidak ada masalah dengan hal ini.

2. Media baru dan terciptanya demokrasi digital

Internet menjadi penanda hadirnya era digital. Teknologi digital berubah secara fundamental dari komputasi untuk komunikasi. Transformasi ini mencapai masa kritis di awal tahun 1990-an ketika internet menjadi sarana komunikasi yang dapat diandalkan di antara individu. Hal ini memungkinkan orang membuat konten yang lebih baik dan lebih kaya dengan menggabungkan kata-kata tertulis dengan suara dan video. Jika biasanya pesan dikonversi dalam bentuk tertulis, suara, atau audiovisual, maka internet memungkinkan orang merangkai pesan dari ketiga unsur yang ada.

Orang kini mencari informasi tidak lagi dalam bentuk indeks di buku, atau ulasan kaset audio maupun video, melainkan dalam bentuk digital yang dengan mudah diketikkan di mesin pencari data seperti Google atau Yahoo. Dalam kaitannya dengan politik

dan demokrasi, menurut Winston terdapat beberapa hal yang membedakan dunia digital dengan dunia lama (2003:135-136).

Komunikasi digital lebih memberdayakan warga, artinya proses penyampaian informasi politik lebih independen dan tidak tergantung kekuasaan elit (yang mungkin menguasai media). Informasi yang disampaikan lewat media digital (berbasis internet) bergerak sedemikian cepat, senantiasa berubah dari waktu ke waktu. Tenggang waktu menjadi tidak relevan lagi atau dalam kenyataannya, tidak ada. Permintaan akan berita *real time* meningkat drastis. Media-media konvensional mulai bergerak mendekati digital, atau setidaknya bermain di dua kaki yakni mempertahankan bentuk konvensionalnya (*print media* atau *broadcast media*) namun masuk ranah digital lewat internet (*website*, *social media*, *live streaming*, dan sebagainya). Warga mulai memilah dan memilih informasi. Tidak semua informasi akan diakses oleh warga. Dengan meningkatnya kecepatan komunikasi, maka warga di dunia digital akan menuntut informasi politik yang lebih sesuai dengan kebutuhan mereka, baik sisi teknis (medianya) maupun substansinya.

Konsep Winston mengenai perbedaan dunia digital dengan dunia lama bisa dipakai sebagai pijakan untuk melihat realitas demokrasinya. Barry N. Hague & Brian D. Loader (1999:10-14) merupakan dua ilmuwan asal Inggris yang menggunakan kacamata digital dalam melihat realitas demokrasi. Keduanya melihat bahwa demokrasi yang kuat tercipta ketika teknologi informasi dan komunikasi mampu memfasilitasi dan memberdayakan warga. Jika ini terjadi, maka terjadilah apa yang disebut oleh Hague & Loader sebagai demokrasi digital. Namun, hal ini masih bergantung lagi kepada akses, kepemilikan, dan kontrol warga terhadap teknologi yang ada. Merekalah yang menciptakan akses terhadap munculnya

demokrasi berbasis digital. Maka analisis selanjutnya mengenai demokrasi digital adalah soal akses terhadap teknologi, akses terhadap informasi, akses terhadap pengambil keputusan, dan akses terhadap sumber-sumber pendapatan. Keempatnya memberi pengaruh signifikan terhadap terciptanya demokrasi digital, khususnya demokrasi digital yang kuat (*strong digital democracy*):

a. Akses terhadap teknologi informasi dan komunikasi

Semua warga didorong untuk memiliki akses terhadap teknologi informasi dan komunikasi, sehingga mereka bisa mempertimbangkan bagaimana mereka bisa memanfaatkan teknologi tersebut untuk memberdayakan kehidupannya. Di sinilah peran negara untuk menciptakan akses teknologi menjadi penting. Secara *top down*, negara hendaknya menjamin bahwa masing-masing warga mendapat akses teknologi informasi dan komunikasi yang layak. Dengan demikian warga dapat mengakses dan memiliki keterampilan untuk memanfaatkan teknologi dan mendapatkan keuntungan yang jelas (terutama ekonomi) untuk diri mereka sendiri dan komunitasnya. Negara hendaknya memfasilitasi peningkatan dan pelatihan kesadaran tentang teknologi informasi dan komunikasi dalam pengalaman sehari-hari individu dan masyarakat.

b. Akses terhadap informasi

Menyediakan akses fisik pada teknologi informasi dan komunikasi adalah satu hal; sementara memberikan warga pengetahuan bagaimana memanfaatkan teknologi tersebut adalah hal yang lain. Jika penyediaan teknologi informasi dan komunikasi

adalah untuk mempromosikan demokrasi yang kuat, perhatian harus diberikan kepada penyediaan informasi yang relevan dan berkualitas, dalam format yang *user-friendly* dan biaya yang murah untuk mengaksesnya. Warga harus bisa mengakses informasi yang dibutuhkan dengan pola pencarian informasi yang mudah dan tidak ada hambatan untuk mengaksesnya. Dari sini, warga sendiri dapat terlibat dalam mempertimbangkan bagaimana teknologi informasi dan komunikasi dapat diterapkan untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka (mulai dari mengakses berita tentang tim sepak bola lokal sampai mencari tahu kebijakan-kebijakan pemerintah). Dan yang paling menarik adalah bahwa sifat '*many-to-many*' dari komunikasi yang difasilitasi oleh teknologi terbaru. Artinya, warga dapat menjadi penyedia informasi itu sendiri. Mereka bisa berbagi informasi tentang diri mereka sendiri dan membentuk identitas untuk diseminasi dalam masyarakat lokal maupun internasional.

c. Akses terhadap pengambil keputusan

Demokrasi digital membutuhkan hubungan yang kuat dan interaktif antara negara dan masyarakat sipil, antara pemerintah dengan yang diperintah. Sebagian besar retorika tentang potensi demokrasi digital berpusat pada kemampuan teknologi interaktif untuk mengatasi hambatan waktu dan ruang dalam pemfasilitasian aliran informasi dari pemerintah untuk warga, serta umpan balik warga langsung (termasuk partisipasi) kepada pemerintah. Jadi, pemerintah memiliki kesempatan berinteraksi dengan warga melalui situs web, e-mail, media sosial, dan kios informasi publik. Pemerintah bisa juga menggelar pemungutan suara elektronik, panduan pemilih elektronik, juri warga, dan sejenisnya. Demokrasi yang kuat memerlukan pemerintah yang berkomitmen untuk melakukan dialog terbuka dan bermakna dengan rakyatnya.

d. Akses terhadap sumber-sumber pendapatan

Dengan mempertimbangkan potensi emansipatoris teknologi informasi dan komunikasi, kita bisa menyoroiti isu penting berkaitan dengan kepemilikan dan penguasaan teknologi itu sendiri. Teknologi berkontribusi dalam pencapaian demokrasi yang kuat dan besar. Oleh karenanya, menjadi penting untuk menjamin teknologi akan mendekatkan warga pada sumber-sumber ekonomi yang memungkinkan mereka bekerja atau berwirausaha.

Berkaitan dengan media komunitas, munculnya internet memberikan pengaruh khususnya terhadap kemampuan media komunitas menjadi saluran bagi aspirasi warga. Walaupun basis medianya radio, namun media komunitas bisa menciptakan program radio yang terkoneksi dengan internet dan menyiarkan berbagai macam kepentingan warga. Pada titik inilah sebenarnya demokrasi digital menjadi relevan untuk dibicarakan lebih lanjut di kalangan media komunitas, sebab demokrasi digital yang secara konseptual sudah dibicarakan oleh Winston, Hague, dan Loader ternyata menjadi hal yang dipraktekkan oleh media-media komunitas.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di empat wilayah, media komunitas telah mengadopsi teknologi digital untuk menciptakan program dan kegiatan baru sehingga warga terdorong untuk jadi berdaya. Hal ini sebenarnya patut digarisbawahi karena merupakan wujud nyata demokrasi digital.

Seperti terjadi di Lombok Utara, Primadona FM menyiarkan informasi publik (seputar kebijakan, program, dan kegiatan pemerintah) lewat penyiar bernama Kertamalip, yang kebetulan menjabat sebagai Kepala Desa Karangbajo, Lombok Utara. Sumber informasi yang digunakan adalah berasal dari web desa

yang terintegrasi dengan Sistem Informasi Desa (SID) yakni <http://karangbajo-lombokutara.sid.web.id>. Senada dengan Winston, informasi yang disampaikan oleh Kertamalip mengandung kebaruan dari waktu ke waktu, sebab sumbernya diambil dari internet (dalam hal ini web desa) yang secara rutin berganti muatan informasinya. Selain itu, jalur komunikasi yang tercipta dua arah, artinya warga tidak hanya menerima informasi dari Kertamalip selaku kepada desa, namun juga bisa memberikan respon balik. Seperti saat Kertamalip memberikan informasi kebijakan Bappeda Lombok Utara mengenai program WC masuk desa, yakni pengubahan perilaku MCK (mandi, cuci, kakus) di tempat yang semestinya yakni di WC/ toilet. Warga banyak memberikan respons mengenai fasilitas toilet yang dihadirkan pemerintah. Beberapa di antaranya ternyata belum layak pakai karena belum ada atapnya sehingga ketika musim hujan tidak bisa dipakai. Selain itu, beberapa saluran pembuangannya justru mampet sehingga muncul kondisi dan bau yang tidak sehat, dan sebagainya.

Hal yang sama juga terjadi di Lombok Timur, yakni di media komunitas Speaker Kampung. Sejak awal, media komunitas ini menggunakan internet sebagai fasilitas akses utamanya, maka segala aktivitas yang dilakukan kemudian bisa dibaca dengan mudah sebagai praktek demokrasi digital. Mengambil konsep Hague dan Loader, demokrasi digital salah satunya ditandai dengan adanya akses terhadap pengambil keputusan. Speaker Kampung memainkan peran ini ketika terjadi banjir di Desa Perigi, Kecamatan Suela pada bulan April 2016 lalu. Saat terjadi banjir terdapat seorang pewarta Speaker Kampung yang berada di lokasi, sejurus kemudian pewarta tersebut mendokumentasikan banjir tersebut dan mengunggahnya di laman facebook Speaker Kampung. Dengan cepat berita tersebar dari warga ke warga,

bahkan sampai juga ke pejabat desa, kecamatan, wakil bupati, bupati, hingga wakil gubernur. Karena beritanya menyebar, maka bantuan mengalir ke Desa Perigi, sampai Bupati Lombok Timur dan Wakil Gubernur NTB juga melakukan kunjungan ke Desa Perigi untuk memantau situasi sekaligus memberikan bantuan. Pada saat Speaker Kampung mengunggah berita banjir tersebut di laman facebook-nya, belum ada media arus utama yang memberitakan mengenai kejadian tersebut. Selang beberapa hari barulah mereka mengangkat berita mengenai banjir di Desa Perigi.

Hal lain yang menarik dari Speaker Kampung dan kejadian banjir di Desa Perigi adalah gerakan Koperasi Kayu (diinisiasi oleh salah satu pegiat Speaker Kampung bekerja sama dengan perangkat desa dan Kecamatan Suela). Gerakan ini muncul dari keprihatinan bersama warga di Kecamatan Suela atas realitas semakin menipisnya hutan di lereng Gunung Rinjani yang ada di wilayah mereka. Banjir terjadi, dalam perspektif Speaker Kampung, salah satunya karena kelalaian warga menjaga kelestarian alam sehingga air tidak lagi bisa diserap dengan optimal oleh tanah karena banyak ditebangi untuk dijual. Persoalannya adalah warga tidak mengganti pohon yang sudah ditebang tersebut dengan bibit pohon sehingga lahan yang ada gundul. Lewat Koperasi Kayu, warga diajak menanam pohon kayu untuk kemudian dibeli oleh desa. Syaratnya pohon tersebut harus tumbuh satu tahun dulu sebelum warga memilih pohon lain untuk ditebang dan dijual di desa. Koperasi Kayu menjadi hal riil yang diinisiasi oleh warga untuk mengatasi berbagai macam persoalan, mulai dari banjir, longsor, hingga krisis air di Kecamatan Suela. Salah satu tulisan Eros di Speaker Kampung berjudul “Mata Air Menjadi Air Mata” menginspirasi warga untuk berubah dan melakukan sesuatu untuk diri mereka sendiri. Menariknya, inisiatif warga ini tidak menunggu arahan

dari pemerintah, tetapi justru dipantik oleh Speaker Kampung sebagai media komunitas di wilayah tersebut.

Keberpihakan Speaker Kampung terhadap kepentingan warga juga tampak dalam pemunculan berita dalam blog mereka. Awak media Speaker Kampung menjadi mata dan telinga warga dalam merespons berbagai aspirasi yang ada. Dalam blog yang dimiliki Speaker Kampung, terdapat berbagai laman yang khas dan semata-mata dimaksudkan untuk menampung kepentingan warga. Berbagai laman tersebut di antaranya “Lingkungan Kampung”, “Pembangunan Kampung”, “Produk Kampung”, dan “Swadaya Kampung”.

“Lingkungan Kampung” berisi berbagai informasi mengenai kejadian atau peristiwa di sekitar warga, yang biasanya tidak terliput oleh media utama. Seperti pada tanggal 12 Maret 2016, Speaker Kampung memuat informasi mengenai kerumitan pasar tradisional Pringgabaya yang berada di pinggir jalan raya Mataram-Kayangan Labuhan, Lombok. Setiap hari terjadi kemacetan karena semrawutnya parkir kendaraan di pasar. Banyak pedagang pasar yang beroperasi di pinggir jalan sehingga lalu lintas jalan tersendat. Akibatnya, pengguna jalan harus melambatkan laju kendaraan saat melintas depan pasar. Pemandangan tersebut terjadi dalam setiap hari pasaran Sabtu, dari pagi hingga siang hari. Speaker Kampung mengangkat berita ini supaya pemerintah kabupaten segera melakukan tindakan untuk mengatasi persoalan pasar ini.

“Pembangunan Kampung” berisi berbagai informasi mengenai proses pembangunan daerah yang melibatkan warga, termasuk di dalamnya berbagai informasi urusan administrasi/ kependudukan warga. Salah satu informasi yang dimuat diunggah pada 4 Juli 2015 mengenai sosialisasi pengalokasian Dana Bagi Hasil Cukai

dan Hasil Tembakau (DBH CHT). Hal ini dilakukan sebagai salah satu wujud praktek keterbukaan informasi bagi pemerintah desa. Pada penganggaran dana ini tidak hanya diperuntukkan bagi para petani tembakau Virginia, namun juga untuk petani tembakau rajang.

“Produk Kampung” berisi berbagai informasi yang khas mengenai produk-produk unggulan desa. Seperti diberitakan pada tanggal 23 Februari 2016, saat musim panen jahe maka kecenderungannya harga jahe akan turun drastis. Persoalan inilah yang kemudian menginisiasi warga Desa Mekar Sari, Kecamatan Suela, Kabupaten Lombok Timur, untuk mengolah hasil buminya dengan memproduksi minuman kopi *a la* jahe. Percobaan pengolahan hasil panen jahe ini juga diinisiasi oleh kepala desa sendiri yakni Adnan. Bersama warga, Adnan mencoba mengkreasikan jahe tersebut sehingga menghasilkan minuman yang baik untuk dikonsumsi. Hasilnya, olahan ini menjadi favorit warga dan para tamu dari luar desa.

“Swadaya Kampung” berisi berbagai informasi mengenai kebiasaan warga, atau budaya warga yang khas dan bersifat positif bagi kehidupan sehari-hari. Pada tanggal 13 Februari 2016, Speaker Kampung mengangkat informasi mengenai beragamnya pendapat dan akidah warga dalam menjalankan syariat Islam. Walau demikian, mereka tetap menjaga persatuan satu sama lain. Warga Desa Suntalangu, Kecamatan Suela, Kabupaten Lombok Timur menjalani perbedaan tersebut dan senantiasa menjaga nilai persaudaraan. Di desa tersebut, terdapat organisasi Marakit Taklimat, Nahdlatul Wathan, Nahdlatul Ulama, Paham Tarekat/Tasawuf, Muhammadiyah, Ijtihad, Yadinu, Jamaah Tabligh, dan Salafi. Kendati demikian, mereka saling bahu membahu dan saling menghargai satu dengan lainnya.

Praktik demokrasi digital lain yang ditunjukkan oleh media komunitas adalah penciptaan kontrol sosial bagi aparat. Kontrol sosial yang dimaksud adalah warga sebagai bagian dari negara melakukan pemantauan dan konfirmasi atas proses pembangunan yang sedang dan telah berlangsung. Harapannya, kontrol ini menimbulkan kinerja aparat yang lebih baik dan berorientasi pada kepentingan warga. Primadona FM di Lombok Utara adalah media komunitas yang melakukan hal tersebut. Pada 2014-2015 misalnya, media ini beberapa kali menurunkan berita terkait bantuan dana bantuan bagi siswa miskin. Pegiat Primadona FM tak segan menelusuri muara bantuan-bantuan tersebut dengan membentuk tim survei. Tujuannya adalah agar dana yang menjadi hak siswa miskin tepat sasaran dan tidak menjadi *bancakan* para pejabat setempat. Berawal dari situ, mereka melakukan langkah konkret dengan menyusun dokumen rekomendasi pengelolaan anggaran pendidikan yang kemudian diserahkan kepada badan legislatif setempat.

Primadona FM menjadi perhatian pemerintah setempat karena kerap menurunkan berita-berita yang sifatnya mengkritisi. Bahkan, menurut Syairi, tidak jarang dirinya mendapatkan ancaman dari pihak-pihak yang tidak senang dengan pemberitaannya. Namun, ia tak pernah menggubrisnya. Menurutnya, itu sudah menjadi konsekuensi atas apa yang telah dikerjakannya bersama media komunitas.

3. Media komunitas dan *virtual public space*

Adanya ruang publik virtual menjadi daya dorong bagi terciptanya demokrasi digital, yang akhirnya juga menjadikan warga berdaya. Zizi Papacharissi dari Temple University

mengungkapkan hubungan ketiganya, termasuk juga nanti menjelaskan bagaimana narasi-narasi besar tersebut bisa mewujudkan dalam media yang difasilitasi internet seperti facebook, twitter, atau blog (Papacharissi, 2009 dalam Nuswantoro, 2014).

Paparan awal Papacharissi untuk menjelaskan ruang publik virtual dimulai dengan penjelasan tentang posisi teknologi dalam perubahan sosial masyarakat. Potensi media *online* menghasilkan banyak tanggapan dan reaksi. Sebagian besar berpusat di sekitar kemampuan media digital dan *online* untuk memberdayakan individu saat mereka berinteraksi satu sama lain dalam kehidupan publik. Dengan demikian, penggunaan internet sebagai sebuah teknologi informasi dan komunikasi menjadi aset atau merugikan, tergantung pada bagaimana hal itu dimanfaatkan. Internet, dari sudut pandang ini berfungsi sebagai alat, dan tidak mengandung agenda lebih untuk mempengaruhi perubahan sosial. Oleh karena itu, bukan sifat teknologi itu sendiri yang mengubah kondisi sosial, melainkan wacana yang mengelilingi mereka, yang memandu bagaimana teknologi digunakan dan dimanfaatkan oleh masyarakat.

Melanjutkan diskusi mengenai ruang publik virtual, sebagian individu lebih nyaman dengan media *online* yang mampu memberikan *ke-privat-an* dalam kepublikan. Papacharissi menjelaskan keadaan ini sebagai sebuah personalisasi, yaitu kemampuan untuk mengatur informasi berdasarkan urutan subjektif dari individu yang menggunakan internet (*netizen*). Fitur populer dari internet, seperti blog, berkembang pesat karena menyediakan ruang bagi personalisasi.

Blog sendiri didefinisikan sebagai halaman web yang terdiri dari *posting* reguler atau harian, diatur dalam urutan kronologis

dan diarsip dengan baik (Herring et al, 2004, dalam Papacharissi, 2010: 14). Awal kehadiran blog digembar-gemborkan sebagai sebuah terobosan dalam dunia jurnalisme dan media karena kemampuannya memberitakan sesuatu (Sullivan, 2002). Selain itu, blog juga menjadi saluran politik yang efektif. Pemikiran politik diekspresikan lewat blog dan dilempar ke ruang publik virtual, dengan demikian publik (dalam hal ini *netizen*) memiliki kesempatan untuk berdiskusi dalam blog tersebut. Walaupun blog penulisannya didasari pemikiran yang subyektif, namun memiliki efek demokratisasi yang besar karena mereka berada di ruang publik virtual. Siapapun bisa mengakses dan memberi tanggapan (berdiskusi/berdialog) dalam blog tersebut. Bimber (2000) berpendapat, bahwa blog telah mempercepat laju agenda publik dan proses pengambilan keputusan publik. Pengambil keputusan akan mendapat masukan yang berharga dari pendapat-pendapat individu (yang otentik dan subyektif) mengenai kebijakan publik yang akan diputuskan. Papacharissi menambahkan, diskusi seputar pengambilan kebijakan publik menjadi semakin efektif manakala blog yang ada berwujud blog sosial, yakni wadah blog besar yang bisa menampung jumlah anggota sangat banyak. Dengan demikian proses diskusi berlangsung dengan dinamis karena banyak anggota masyarakat yang terlibat.

Kemampuan blog sebagai agregator politik (sebagaimana dijelaskan Papacharissi) nampaknya sejalan dengan pemikiran Everett M. Rogers. Rogers (1986:238) yang menyatakan bahwa internet memungkinkan seorang kandidat mengirimkan pesan personal kepada konstituennya dengan cepat, tepat, dan efisien lewat surat elektronik. Internet mengubah “lapangan” politik dari bersifat nyata menjadi maya. Sebagai perwujudan dari demokratisasi di internet, media sosial menjadi kunci penting

bertumbuhnya kualitas demokrasi di suatu negara. Media sosial mampu memfasilitasi diskusi antarwarga negara, terutama soal politik. Hal ini sekaligus menandai karakteristik *new media* atau media-media baru dalam kaitannya dengan demokrasi. Media sosial Rogers mewujud menjadi blog dalam konteks pemikiran Papacharissi. Keduanya setuju bahwa media sosial (termasuk blog) telah mengubah kebiasaan masyarakat berdiskusi. Jika lazimnya dilakukan dalam dunia nyata maka lewat internet kebiasaan tersebut bisa dilanjutkan di dunia maya. Dalam konteks blog, diskusi yang ada bisa berlangsung dengan lebih personal karena blog memiliki kemampuan personalisasi, yakni membawa hal-hal personal sebagai dasar bagi diskusi publik.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap media komunitas di Yogyakarta, Cirebon, Padang, dan Lombok, terlihat bahwa media komunitas yang mengadopsi internet mampu menciptakan apa yang disebut oleh Papacharissi sebagai ruang publik virtual. Suatu ruang dimana warga bisa mengekspresikan kepentingan dan aspirasinya, juga bisa berdialog dua arah baik dengan sesama warga maupun dengan aparat pemerintah. Hal yang menarik adalah kesamaan media internet yang digunakan yakni media sosial, berkisar antara facebook, blog, dan youtube. Substansi diskusi yang muncul di media sosial yang difasilitasi media komunitas beragam, mulai dari persoalan politik, ekonomi, hiburan warga, hingga gerakan konservasi budaya. Ruang terbuka virtual tersebut dimanfaatkan oleh warga untuk berbagi informasi dan mendapatkan respons dari sesamanya.

Ruang virtual facebook Wijaya FM menjadi ruang interaksi antara penyiar, pengurus, penggemar, dan pendengar Wijaya FM. Tidak jarang muncul kegiatan *off air* yang awal mulanya

berasal diskusi di laman facebook Wijaya FM. Kegiatan tersebut di antaranya festival band, *live show* Wijaya FM (campursari), *live streaming* acara keluarga pendengar (nikahan, sunatan), dan sebagainya. Adanya laman *facebook* membuat interaksi pendengar dan pengurus Wijaya FM lebih intensif, bahkan bisa mendatangkan peluang-peluang yang memiliki dampak finansial bagi Wijaya FM.

Speaker Kampung mendapatkan keuntungan ekonomi dari adanya ruang virtual ini. Ketika internet memfasilitasi media komunitas untuk menciptakan ruang-ruang iklan baru, maka Speaker Kampung memanfaatkannya dengan sangat baik. Speaker Kampung mengembangkan *native* untuk memperoleh pemasukan. *Native* adalah iklan yang tampilannya menyerupai konten atau artikel di blog atau facebook Speaker Kampung.

Dalam bidang politik, media komunitas yang paling terdampak akibat adanya ruang publik virtual berbasis internet adalah Speaker Kampung. Ruang ini dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi-informasi lokal yang selama ini jarang terliput oleh media-media arus utama, baik berupa tulisan, foto, video, dan audio. Speaker Kampung menginisiasi warga untuk melakukan kontrol dan pengawasan terhadap jalannya pembangunan di sekitar mereka: infrastruktur, pendidikan, pertanian, dan sebagainya. Salah satu yang dilakukan secara riil ialah melibatkan warga untuk mengontrol program pembangunan desa. Kalau ada program dari kepala desa, tanpa persetujuan BPD (Badan Permusyawaratan Desa), maka program itu tidak akan terlaksana. Warga diajak untuk mengkritisi proses yang ada dengan mengikuti dan mengomentari berita-berita Speaker Kampung yang diunggah di laman facebook maupun blog.

Hal riil kedua yang dilakukan Speaker Kampung adalah bersama-sama warga mengawal pendirian koperasi syariah di Desa Ketangga. Awal mulanya Speaker Kampung menyerap aspirasi warga soal pendirian koperasi syariah dalam berita-berita yang diunggahnya. Ketika warga merespon lebih jauh terjadilah dialog yang konstruktif, yang akhirnya juga melibatkan aparat desa. Perlu diketahui bahwa anggota di laman facebook Speaker Kampung berasal dari semua kalangan baik warga biasa maupun pejabat di tingkat desa, kecamatan, kabupaten, maupun provinsi. Dialog tersebut mewujudkan menjadi suatu kebijakan yakni pemerintah Desa Ketangga memfasilitasi pendirian koperasi syariah di wilayahnya. Setelah berdiri Speaker Kampung kembali berperan dengan mempromosikan koperasi syariah tersebut di laman facebook maupun blognya. Hal ini selaras dengan pendapat di atas bahwa bahwa ruang publik virtual telah mempercepat laju agenda publik dan proses pengambilan keputusan publik. Pengambil keputusan akan mendapat masukan yang berharga dari pendapat-pendapat individu (yang otentik dan subyektif) mengenai kebijakan publik yang akan diputuskan. Aparat Desa Ketangga mendapatkan masukan dari warga soal koperasi syariah, dan mempertimbangkan dengan bijak masukan tersebut sebelum akhirnya memutuskan untuk benar-benar mendirikan koperasi syariah.

Bidang terakhir yang juga menonjol akibat adanya ruang publik virtual adalah konservasi budaya lokal. Sebagaimana kita tahu media arus utama banyak meminggirkan budaya lokal. Budaya lokal banyak yang tidak mendapatkan tempat dalam ruang yang dimilikinya. Akibatnya budaya lokal semakin terpinggirkan bahkan mulai dilupakan oleh warganya. Suandri FM (Padang Pariaman) memiliki berbagai kegiatan *off air* yang merawat dan

menjaga budaya Melayu yakni Saluang. Walaupun tidak secara langsung dilakukan prosesnya secara virtual, namun Suandri FM pernah *live* Saluang/ Rindai.

Lain halnya dengan Speaker Kampung. Media komunitas berbasis internet ini memiliki akun khusus di youtube bernama SpeakerTV. SpeakerTV digunakan oleh Speaker Kampung untuk menayangkan berita, informasi, seputar warga dalam wujud audiovisual. Berkaitan dengan konservasi budaya, Speaker Kampung memiliki program khusus yang bernama Sketsasak (cerita singkat rakyat Sasak) di Speaker TV. Sketsasak menampilkan cerita-cerita rakyat Sasak yang dibalut dengan narasi baru yang lebih menarik dan kocak. Pembuatannya pun melibatkan remaja yang ada di sekitar Kecamatan Suela. Harapannya, budaya lokal Sasak sebagai budaya lokal di Lombok Timur terpelihara dengan baik dan mampu bertahan lama. Bisa diakses dengan mudah oleh generasi penerus, dipelajari dan digunakan sebagai referensi hidup sehari-hari. Selain di youtube, laman “Budaya Kampung” di www.speakerkampung.blogspot.com konsisten menyajikan informasi dan berita mengenai budaya Lombok, khususnya Lombok Timur.

BAB V

Siasat Bertahan Media Komunitas

Pada Bab III telah dijelaskan bahwa adopsi media baru oleh media komunitas memiliki faktor penghambat dan faktor pendorong. Khusus untuk faktor-faktor penghambat, walaupun hambatan itu nyata ada, sejumlah pegeriat media komunitas berupaya mengatasinya dengan cara masing-masing. Bagian ini akan menguraikan siasat media komunitas dalam menemukan solusi atas hambatan yang dihadapi.

Media komunitas, terutama yang berbentuk radio komunitas umumnya mulai memulai langkahnya dalam kondisi yang serba terbatas. Segala keterbatasan itu menjadi faktor yang menghambat perkembangan media komunitas. Akan tetapi, dengan segala keterbatasannya, sejumlah media komunitas yang menjadi narasumber dalam penelitian ini menemukan siasat untuk terus bertahan. Mereka pun tetap eksis di tengah kian berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi. Mereka berupaya menyesuaikan diri dengan melakukan berbagai cara supaya mereka tidak tertinggal oleh perubahan dan tetap dekat dengan audiensnya.

Adapun keterbatasan yang selama ini dihadapi itu antara lain mencakup soal:

1. Regulasi
2. Keterbatasan alat
3. Keterbatasan akses internet
4. Keterbatasan sumber daya manusia
5. Keterbatasan biaya

Dari sejumlah keterbatasan itu, ada hal-hal yang sulit untuk disiasati secara mandiri karena berkaitan dengan pihak lain. Ini misalnya menyangkut soal regulasi yang wewenang pengaturannya ada di aparaturnegara. Di luar masalah regulasi, masing-masing pegiat media komunitas menemukan cara yang khas untuk menyiasati keadaan.

1. Regulasi

Untuk perkara regulasi, selama ini sebagian besar radio komunitas beroperasi dalam bayang-bayang sejumlah regulasi yang tumpang tindih satu sama lain. Berdasarkan hasil penelitian Pemantau Regulasi dan Regulator Media (PR2Media) yang dipublikasikan pada 2016, ada 12 undang-undang terkait dengan masalah komunikasi. Isinya tumpang tindih antara lain karena tidak memiliki kesamaan dalam landasan filosofi, tidak terintegrasi dengan UUD 1945 dan undang-undang terkait, dan kurang adaptif merespons perubahan. Selain itu juga kurang demokratis karena kurang tegas dalam menjamin kedaulatan rakyat dan keadilan sosial, tidak memunculkan regulator independen yang kuat, serta memberikan peluang bagi pemodal (asing) untuk melakukan dominasi (Rahayu, et al., 2016:298-306).

Untuk radio komunitas, misalnya, salah satu undang-undang yang paling dekat adalah UU Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002. UU tersebut merupakan revisi dari versi sebelumnya sehingga memberi ruang pada lembaga penyiaran komunitas. Meski demikian, peraturan turunan dari UU tersebut dirasa tidak mendukung perkembangan radio komunitas.

Keputusan Menteri Nomor 31 Tahun 2014 tentang Rencana Induk Frekuensi Radio Penyelenggaraan Telekomunikasi Khusus untuk Keperluan Televisi Siaran Analog pada Pita *Ultra High Frequency*, misalnya, membatasi alokasi frekuensi menjadi hanya tiga kanal di setiap kabupaten/ kota untuk lembaga penyiaran komunitas. Selain itu, jangkauan siaran radio juga dibatasi 2,5 kilometer. Rakom juga harus mendapatkan Izin Stasiun Radio (ISR) yang dikeluarkan menteri komunikasi agar bisa bersiaran.

Mendapatkan izin bukan perkara gampang. Prosesnya bisa panjang dan berbelit-belit. Inilah sejumlah alasan mengapa masih sangat minim rakom yang memiliki izin. Rakom-rakom yang menjadi narasumber dalam riset ini mengaku sudah mulai mengurus izin. Namun karena prosesnya yang lama, belum ada satu pun yang telah mengantongi ISR.

Untuk media komunitas yang mengandalkan konten berupa tulisan, sejumlah UU juga membayangi. Salah satunya ada UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang bisa digunakan untuk menjerat pegiat media komunitas yang sedang menjalankan perannya sebagai pewarta.

Sejumlah pegiat radio komunitas yang juga aktif memanfaatkan media sosial menyebut bahwa mereka pernah dilaporkan ke polisi karena dituduh melakukan pencemaran baik. Itu terjadi

karena setelah aktif menjadi pegiat media komunitas, mereka kerap melaporkan kondisi di desa, termasuk kebijakan-kebijakan pemerintah lokal yang dianggap tidak sesuai dengan aspirasi warga. Hal semacam ini misalnya dialami pegiat media komunitas di Lombok Timur (wawancara dengan Eros, 4 Maret 2016).

Dari sejumlah regulasi yang membatasi ruang gerak media komunitas, sebenarnya ada UU Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers yang melindungi kerja-kerja lembaga pers. Namun, media komunitas maupun para pegiat media komunitas sampai saat ini belum menjadi subyek hukum dari UU Pers karena belum bisa dikategorikan sebagai lembaga pers yang berbadan hukum dan terdaftar di Dewan Pers. Oleh karena itu, pegiat media komunitas tidak bisa berlindung kepada UU Pers.

Untuk menyasati regulasi, para pegiat media komunitas pun melakukan sejumlah upaya, antara lain :

- Membangun jaringan antarmedia komunitas, misalnya dilakukan Jaringan Radio Komunitas Indonesia (JRKI). Melalui jaringan ini, mereka bisa bersama-sama mengadvokasi jika ada pegiat maupun radio komunitas yang mendapat masala terkait dengan ketidakpastian regulasi.
- Membangun relasi dengan institusi lain yang berkaitan dengan advokasi di bidang regulasi, misalnya Aliansi Jurnalis Independen (AJI).

2. Keterbatasan alat

Sudah menjadi kelaziman bahwa hampir semua media komunitas, khususnya radio komunitas, di Indonesia beroperasi dengan perangkat seadanya. Perangkat komputer, *mixer* hingga pemancar kebanyakan adalah hasil rakitan menyesuaikan dengan kemampuan masing-masing rakom. Selain itu, para pendiri dan pengelola rakom biasanya bisa mengumpulkan perangkat elektronik milik warga maupun instansi pemerintah di tingkat desa yang sudah tidak terpakai. Keterbatasan biaya memang menjadi kendala, namun dengan memaksimalkan segala alat yang ada, rakom bisa mengudara dan melayani ribuan pendengarnya setiap hari.

Namun, keterbatasan ini juga menimbulkan persoalan, khususnya jika dikaitkan dengan regulasi. Sebab, salah satu syarat untuk mengurus izin (ISR) bagi rakom adalah memiliki pemancar bersertifikat. Dengan syarat ini, rakom dipaksa untuk memiliki modal yang cukup supaya bisa membeli pemancar yang bersertifikat. Biaya pengadaan pemancar bersertifikat bisa mencapai belasan juta rupiah.

Keterbatasan peralatan juga dialami rakom ketika ada kebutuhan untuk mengakses internet di studio. Dari seluruh narasumber penelitian ini, belum ada yang secara khusus memiliki perangkat komputer maupun telepon seluler khusus. Untuk mengakses internet, kebanyakan masih mengandalkan satu-satunya layar komputer yang selama ini berfungsi sebagai perangkat penyimpanan dan pemutar audio. Selain itu, kebanyakan juga mengandalkan ponsel personal milik masing-masing penyiar. Oleh karena itu, memaksimalkan perangkat yang dimiliki, termasuk menggunakan barang pribadi pengelola menjadi siasat yang dipilih.

3. Keterbatasan akses internet

Kendala soal akses internet ini bisa terjadi akibat minimnya akses internet di suatu daerah akibat kurangnya infrastruktur yang mendukung, maupun ketidakmampuan rakom dalam mengakses internet karena kekurangan biaya. Dalam infografik yang dipublikasikan KataData.co.id (2014, September), disebutkan bahwa kecepatan akses internet di Indonesia menempati urutan ke-93 dari 194 negara. Di Asia Pasifik, dengan acuan peringkat tersebut, Indonesia berada di urutan keempat terbawah, sedikit lebih baik dari India, Vietnam dan Filipina. Dari sudut pandang kebijakan pembangunan, infrastruktur internet masih cenderung bias pusat. Hanya Jakarta yang akses internetnya mencapai lebih dari 10 *mpbs*.

Meskipun ada banyak kendala, setiap narasumber penelitian ini menyatakan bahwa internet telah membawa perubahan dalam pola kerja mereka. Rakom Wijaya FM yang posisi studionya dekat dengan jaringan internet juga tidak lantas memiliki akses tak terbatas di studionya karena keterbatasan biaya. Namun, menyadari pentingnya internet, satu unit komputer di studio Wijaya FM sudah tersambung dengan internet sejak 2013. Tersambungnyanya studio Wijaya FM dengan jaringan internet ini bisa terjadi berkat bantuan seorang warga yang memiliki sambungan internet di rumahnya. Wijaya FM pun bisa menikmati sambungan internet “tembak” di studio. Dengan sambungan internet itu, para penyiar bisa dengan mudah memperbarui koleksi lagu maupun mencari informasi untuk dibacakan kepada pendengar.

Kondisi ini bertolak belakang dengan Suandri FM yang tidak punya akses internet di studio, kecuali dari ponsel para penyiarinya. Rakom di Sumatera Barat ini sudah mulai mengakrabi internet

sejak 2009. Rakom ini menyadari dan telah merasakan manfaat internet dan media baru yang hadir bersamanya. Namun, memiliki sambungan internet langsung ke studio belum menjadi prioritas karena keterbatasan jaringan serta dukungan pembiayaan. Meski begitu, rakom ini telah memiliki akun media sosial dan blog.

Di Primadona FM, akses internet di studio diperoleh melalui perangkat *modem* yang disambungkan ke komputer. Mereka sengaja memilih operator tertentu yang jaringan internetnya di desa dirasa cukup lancar. Dengan sambungan internet tersebut, Primadona FM menjadi salah satu rakom yang paling aktif menyebarkan informasi seputar desa melalui berbagai media di internet, mulai dari media sosial, blog maupun situs web.

Di Speaker Kampung, sambungan internet memang menjadi kebutuhan pokok karena media ini mengandalkan media sosial untuk mengumpulkan maupun mendistribusikan informasi seputar lingkungan sekitar. Memilih mengandalkan media berbasis internet di wilayah yang akses internetnya terbatas adalah pilihan yang diambil Speaker Kampung. Mereka mendapat akses internet melalui perangkat *modem*. Kadangkala, kualitas jaringan internet tidak stabil sehingga mereka harus menggantungkan *modem* di lokasi tertentu karena di lokasi itulah *modem* bisa tersambung dengan internet. Dengan akses internet yang tidak merata, warga yang hendak menyampaikan berita ke Speaker Kampung kerap kali menggunakan layanan pesan singkat (*SMS*) untuk mengirimkan berita, sebelum kemudian berita itu disebarakan melalui blog dan media sosial Speaker Kampung.

Berbeda dengan narasumber lainnya, Best FM bisa disebut sebagai rakom yang paling siap menyambut kehadiran internet dan media baru. Studio Best FM sudah tersambung dengan jaringan

internet dan memasang *wi-fi* di beberapa titik yang biasanya menjadi pusat aktivitas para pegiat maupun pendengar—tidak melulu di studio. Rakom ini pun memaksimalkan segala potensi yang bisa mereka lakukan dengan adanya internet, terutama dalam rangka menyebarkan informasi ke berbagai pihak.

4. Keterbatasan sumber daya manusia

Dari keseluruhan media komunitas yang menjadi narasumber dari penelitian ini, sebagian besar pegiatnya berpendidikan tingkat dasar hingga menengah. Mereka tidak memiliki latar belakang keilmuan yang mendukung kegiatan mereka saat ini. Oleh karena itu, sejak awal mereka belajar secara mandiri untuk menyampaikan informasi. Mereka mulai belajar hal teknis di seputar cara merakit komputer, *mixer*, hingga pemancar guna membangun studio radio komunitas. Selain itu, mereka juga belajar bagaimana cara menjadi penyiar yang baik. Dalam konteks ini, rakom justru menjadi ruang belajar bagi warga.

Seiring dengan kiprah mereka di komunitas, kebutuhan untuk meningkatkan kapasitas pun muncul. Oleh karena itu, mereka mulai aktif mengikuti pelatihan, entah dengan cara mengundang narasumber datang, atau mengirimkan seorang pengelola untuk mengikuti pelatihan yang dibutuhkan.

Sejumlah orang yang pernah mengikuti pelatihan itu kemudian menularkan ilmunya kepada yang lain. Umumnya pelatihan diadakan untuk dua tujuan, yakni meningkatkan kemampuan anggota dan merekrut calon anggota baru. Regenerasi memang menjadi salah satu kendala di berbagai radio komunitas.

Wijaya FM kerap menggelar pelatihan jurnalistik bagi remaja.

Kurikulum disusun sendiri berdasarkan pengalaman Wijaya FM, begitu pun pematerinya adalah para penyiar Wijaya FM yang sudah memiliki jam terbang. Mereka tidak hanya fokus pada pelatihan menjadi penyiar, tetapi juga pelatihan menulis berita. Beberapa dari peserta kemudian menjadi penyiar Wijaya FM. Meski sudah bisa menggelar pelatihan sendiri, beberapa penyiar tetap dikirim ketika ada undangan pelatihan jurnalistik yang digelar instansi lain, seperti kampus, lembaga swadaya masyarakat, maupun media seperti Radio Republik Indonesia (RRI).

Di Suandri FM, sama dengan umumnya radio komunitas, sejumlah penyiar yang sudah berkeluarga biasanya mengurangi jam siaran, atau bahkan menjadi nonaktif karena berbagai kesibukan. Oleh karena itu, merekrut anggota baru harus rutin diadakan. Azwar yang aktif di gerakan Pramuka memanfaatkan jaringan tersebut untuk merekrut penyiar baru. Oleh karena itu, banyak penyiar Suandri FM yang merupakan anggota Pramuka. Sebelum siaran, mereka mendapatkan pelatihan singkat tentang cara mengoperasikan alat dan menyapa pendengar.

Speaker Kampung mengadakan pelatihan jurnalistik setiap tahun, utamanya pelatihan untuk meliput dan menulis. Pada 2015, pelatihan ini mengundang narasumber dari Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Mataram. Primadona FM juga mengadakan pelatihan jurnalistik, khususnya menulis, kepada para pelajar dan pemuda di lingkungan sekitar. Adapun Best FM tidak menggelar pelatihan jurnalistik. Namun, melalui wadah Jingga Media, para pengelola Best FM rutin menggelar pelatihan jurnalistik, khususnya penulisan, ke berbagai sekolah di daerah Cirebon dan sekitarnya.

Kiprah media komunitas itu, di manapun lokasinya, membuat

sejumlah warga yang semula gagap bicara di depan umum kini menjadi pandai bicara. Begitu juga dengan anak-anak maupun remaja yang dilibatkan sebagai penyiar di sejumlah program acara. Kegiatan belajar semacam itu masih terus berlanjut ketika rakom mencoba untuk menyampaikan informasi melalui jenis media yang lain, baik itu cetak maupun media baru di internet, mereka pun belajar cara meliput dan menulis berita. Tak sedikit warga maupun pegiat rakom yang mengenal internet dan beragam media di dalamnya dari rakom.

Hampir seluruh narasumber penelitian ini menjelaskan bahwa rakom telah meningkatkan kapasitas penyiarnya. Oleh karena itu, tak heran jika tak sedikit penyiar rakom yang kemudian bergabung dengan media-media arus utama di daerahnya masing-masing, baik sebagai penyiar maupun jurnalis.

5. Keterbatasan biaya

Keterbatasan biaya merupakan salah satu persoalan yang dihadapi media komunitas setiap saat. Sejak mulai berdiri, sejumlah rakom telah menguras kantong sejumlah perintisnya. Lalu ketika rakom mulai mengudara, seluruh pegiat rakom masih harus merogoh kantong untuk menjamin kelancaran pengoperasian radio setiap hari.

Sesuai dengan peraturan, rakom tidak boleh mencari keuntungan finansial. Itulah mengapa banyak rakom kebingungan ketika harus memastikan radionya mengudara setiap hari. Iuran pengelola dan donatur menjadi hal lumrah di hampir semua media komunitas. Meski begitu, selalu cara yang bisa ditempuh supaya biaya operasional mulai dari listrik, air, internet, pulsa, hingga minuman bisa dipenuhi sehingga radio bisa terus siaran.

Di Wijaya FM, iuran dari sejumlah pengelola masih dilakukan. Meski demikian, iuran terus menerus tidak mungkin dilakukan. Oleh karena itu, mereka melakukan berbagai upaya untuk mendapatkan biaya tambahan guna memenuhi biaya operasional bulanan yang jumlahnya rata-rata mencapai Rp 1,2 juta per bulan. Cara mereka macam-macam, mulai dari menerima permintaan pemutaran siaran wayang semalam suntuk, menerima permintaan menyiarkan informasi dan pengumuman dari warga, menyelenggarakan kegiatan non siaran misalnya berupa festival musik, melakukan kerjasama program penyiaran bersama lembaga/ instansi tertentu dengan memutar Iklan Layanan Masyarakat (ILM), hingga membudidayakan pohon pisang di sekitar studio yang hasilnya bisa dijual untuk menambah pemasukan.

Cara-cara semacam itu tidak semuanya bisa rutin dilakukan. Oleh karena itu, tidak setiap bulan mereka bisa menutup seluruh biaya operasional. Akibatnya, model iuran pengelola masih terus berlangsung sampai sekarang. Selain itu, mereka juga masih harus mencari biaya tambahan guna memperbaiki atau mengganti peralatan yang rusak.

Di Suandri FM, model iuran pengelola dan donatur juga diterapkan. Selain itu beragam cara juga dilakukan untuk mendapatkan pemasukan guna memenuhi biaya operasional. Sebelum era telepon seluler tiba, Suandri FM menjual kartu ucapan kepada para pendengarnya. Setiap kartu dijual Rp 500. Dengan kartu tersebut, pendengar bisa mengirim salam dan memesan lagu yang ditujukan untuk pendengar tertentu. Setiap kali siaran, rakom ini bisa mengumpulkan sekitar 50 lembar kartu. Namun, popularitas kartu perlahan menurun digantikan layanan SMS.

Kini, Suandri FM berupaya mendapat pemasukan dengan

menjalin kerjasama program penyiaran dengan lembaga/ instansi tertentu (melalui Iklan Layanan Masyarakat). Selain itu, memanfaatkan posisi pendiri Rakom Suandri di lingkungan setempat, rakom ini berupaya mendapatkan dukungan dana dari pemerintah nagari (setingkat desa).

Kerjasama program penyiaran dengan instansi pemerintah dan non-pemerintah menjadi andalan untuk mendapatkan pemasukan di Primadona FM. Rakom ini relatif lebih mudah menjalin kerjasama karena kiprahnya dalam memberitakan berbagai peristiwa lokal sudah dikenal oleh pemerintah Kabupaten Lombok Utara. Meski demikian, dana swadaya tetap menjadi tonggak utama berjalannya media ini. Ketika tak ada kerjasama dengan instansi apapun, para pegiat Primadona FM mengandalkan kas pribadinya untuk bisa menghidupi media komunitas ini.

Di Speaker Kampung, para pengelola sempat membuat unit usaha yang melayani jasa cetak foto dan *editing* video hingga sablon. Unit jasa ini cukup bisa memberikan pemasukan saat musim hajatan tiba. Belakangan, Speaker Kampung mulai membuka kerjasama dengan instansi pemerintah maupun non-pemerintah. Bentuk kerjasama tersebut biasanya bersifat temporer, sehingga keberlanjutan (*sustainability*) masih cukup bergantung pada sejauh apa dana-dana swadaya bisa dihimpun.

Berbeda dengan yang lain, Rakom Best FM relatif tidak mengalami banyak kendala dalam hal keuangan. Ini antara lain karena mengingat sejarah rakom yang didirikan dengan dukungan dari alumni pesantren. Sampai saat ini, para donatur masih menjadi andalan Best FM untuk mendapat pemasukan. Selain itu, mereka juga mendapat pemasukan tambahan dengan memutar ILM bekerjasama dengan sejumlah instansi. Rofahan yang menjadi

aktor kunci bagi media komunitas ini kerap mendonasikan sebagian penghasilannya untuk keberlangsungan beberapa media komunitas yang diampunya yang ada di sekitar Pesantren Buntet. Pun demikian dengan pegiat lainnya.

BAB VI

Kesimpulan dan Rekomendasi

Penelitian yang dilakukan di media komunitas Best FM (Cirebon), Wijaya FM (Yogyakarta), Suandri FM (Padang Pariaman), Primadona FM (Lombok Utara), dan Speaker Kampung (Lombok Timur) menyimpulkan bahwa seluruh media komunitas yang menjadi narasumber penelitian telah menerima dan menggunakan media baru. Media baru yang hadir bersama internet telah memberikan manfaat bagi media komunitas.

Hanya saja, manfaat yang dirasakan masing-masing media komunitas berbeda-beda. Bagi Primadona FM dan Speaker Kampung, media baru memainkan peranan penting dalam kegiatan bermedianya. Bahkan, Speaker Kampung yang menjadikan media baru sebagai platform utama media komunitasnya, sudah beranjak lebih jauh dengan mengembangkan media multiplatform seperti video. Sementara bagi Primadona FM, media baru telah mengkatalisasi upaya mereka untuk menciptakan perubahan di daerahnya, khususnya Desa Karangbajo, Lombok Utara. Tidak sedikit buah yang telah dipanen dari hasil pembudayaan sekian tahun lamanya. Untuk menyebut satu di antaranya, Kepala Desa Karangbajo sekaligus penyiar dan pewarta di Primadona FM,

Kertamalip, diganjar penghargaan oleh salah satu perusahaan penyedia jasa internet karena upayanya dalam memanfaatkan internet dalam membangun desa.

Bagi Best FM, media baru adalah keniscayaan. Sebagai media yang tumbuh di tengah lingkungan dengan kesadaran media yang tinggi, media baru menjadi pelengkap atas media-media dengan platform lain yang sudah ada. Selain itu, meski Best FM melayani masyarakat dengan spesifikasi tertentu (santri), namun tidak menutup untuk melayani masyarakat umum. Dengan fokus isu toleransi dan keberagaman, Best FM turut membendung—atau mengimbangi—ajaran-ajaran intoleran yang belakangan kian masif, khususnya di daerah Cirebon.

Bagi Wijaya FM dan Suandri FM, media baru diakui memberikan manfaat berlimpah apabila mampu dioptimalisasi. Suandri FM pernah menjadikan media baru sebagai ‘alternatif’ ketika Padang diterjang gempa dahsyat pada 2009. Kala itu, pemanfaatan media baru terbukti membantu situasi pemulihan, kendati ranah kegiatan Suandri saat itu terbatas pada pengumpulan dana bantuan pascagempa. Sementara bagi Wijaya FM, kehadiran media baru berdampak besar pada perubahan pola bermedia. Namun, karena belum adanya keuntungan relatif, penerapan media baru belum optimal.

Pengakuan, niat, dan segelintir pengalaman sukses saja ternyata tidak cukup. Di lapangan, Wijaya FM dan Suandri FM berhadapan dengan berbagai persoalan yang menghambat upaya optimalisasi. SDM dan finansial adalah dua faktor yang berpengaruh signifikan dalam proses tersebut. Selain itu, infrastruktur dan kesiapan para pengelola (sebagai aktor) juga menjadi penentu keberhasilan dalam mengadopsi teknologi baru.

Dari temuan-temuan tersebut, poin-poin kesimpulan yang bisa dirangkum antara lain:

- Pengaruh media baru terhadap media komunitas di lokasi penelitian tidak serupa. Beberapa media komunitas mengadopsi media baru untuk memperkuat keberadaannya, terutama karena sifat media baru yang bisa menjangkau wilayah yang lebih luas, menjalin komunikasi dengan audiens lokal maupun perantau, maupun menghubungkan dengan jaringan pelaku dan pemerhati media komunitas yang lebih luas. Pengaruh media baru terasa bagi media komunitas yang memiliki kemudahan akses terhadap jaringan internet, yang dimungkinkan oleh infrastruktur penyedia sinyal telepon seluler. Pada wilayah yang demikian, media baru memberikan kemudahan bagi media komunitas, baik dalam hal mencari informasi untuk disampaikan ke komunitas, menjangkau wilayah yang lebih luas. Namun, faktor lain yang tak kalah penting adalah peran aktor yang mengenalkan media baru kepada komunitasnya.
- Cara media komunitas menyesuaikan diri dengan kehadiran media baru terjadi secara berbeda-beda. Ada yang menggunakan media baru dengan maksimal, ada yang sekadar mengenal dan memiliki akun media sosial namun tidak mengelolanya dengan aktif. Umumnya media komunitas menyandingkan media baru dengan media sosial seperti facebook. Kehadiran media baru memberi peluang bagi media komunitas untuk melakukan eksperimen-eksperimen di dalam menyuarakan pesannya maupun menggalang dukungan. Mereka melihat media

baru bisa menjadi penguat suara sehingga menjangkau khalayak yang lebih luas, baik untuk membangun jaringan dengan pihak eksternal maupun anggota komunitas yang merantau.

Selain menjawab pertanyaan penelitian, tujuan lain dari penelitian ini adalah merumuskan sejumlah rekomendasi bagi pihak-pihak yang terkait dengan media komunitas. Melihat peran dan upaya media komunitas dalam memaksimalkan fungsi media bagi komunitasnya masing-masing, penelitian ini menghasilkan sejumlah rekomendasi untuk mengembangkan media komunitas. Rekomendasi ini ditujukan bagi pegiat media komunitas, kelompok/lembaga mitra media komunitas dan pengambil kebijakan.

Bagi pegiat media komunitas, penelitian ini menunjukkan bahwa adopsi media baru telah membuka berbagai peluang bagi pengembangan media komunitas. Oleh karena itu, pegiat media komunitas perlu memaksimalkan potensi media baru, yang bisa dimulai dari hal yang paling mudah untuk dilakukan, misalnya dengan membuka akun media sosial dan memaksimalkan fungsinya. Selain itu, pegiat media komunitas perlu meningkatkan kapasitas SDM khususnya dalam hal pemanfaatan media baru.

Bagi kelompok maupun lembaga mitra media komunitas, dukungan bagi media komunitas bisa dilakukan dengan menyusun kegiatan peningkatan kapasitas pegiat media komunitas dalam hal memanfaatkan potensi media baru, yang dimulai dari hal yang paling mudah bagi pegiat media komunitas di daerahnya masing-masing. Infrastruktur internet bagaimanapun masih menjadi salah satu kendala utama. Itulah kenapa adopsi dan pemanfaatan media baru harus menyesuaikan dengan kondisi jaringan internet di

masing-masing daerah. Selain itu, dalam jangka panjang, dukungan terhadap keberlanjutan media komunitas bisa dilakukan dengan menjadikan media komunitas sebagai jejaring prioritas dalam upaya membangun dan memperkuat demokrasi di Indonesia.

Adapun bagi pengambil kebijakan, media komunitas terbukti telah berperan dalam membuka ruang partisipasi warga yang akhirnya turut berdampak pada rencana pembangunan di tingkat lokal. Oleh karena itu, keberadaan media komunitas harus didukung, antara lain dengan menetapkan regulasi yang memberi ruang lebih luas bagi media komunitas/ lembaga penyiaran komunitas, serta mengeluarkan kebijakan yang berpihak dan mendukung pengembangan media komunitas/ lembaga penyiaran komunitas. Selain itu, dalam konteks pemanfaatan media baru, pemerataan akses internet menjadi kunci penting.

Daftar Pustaka

Atton, Chris. 2006. *Alternative Media*. London: SAGE Publication Ltd.

“Benarkah Senjakala Media Cetak Sudah Tiba?” 2016. *Rappler.com*, 2 Januari. <http://www.rappler.com/indonesia/117757-senjakala-media-cetak-bre-redana>, akses 19 Mei 2016.

Bimber, B. 2000. *Political Communication*. The Study of Information Technology and Civic Engagement.

Denzin, Norman K. dan Lincoln, Yvonna (Eds). 1994. *Handbook of Qualitative Research*, Thousand Oaks (Calif), SAGE

“Di Eropa, Media Cetak Semakin Tak Diminati.” 2012. *Detik.com*, 7 Juli. <http://news.detik.com/berita/1960198/di-eropa-media-cetak-semakin-tak-diminat>, akses 15 Oktober 2015.

“Digital: As Mobile Grows Rapidly, the Pressures in News Intensify.” 2013. *Stateofthedia.org*. <http://www.stateofthedia.org/2013/digital-as-mobile-grows-rapidly-the-pressures-on-news-intensify/>, akses 15 Oktober 2015.

Downing, John. “NANOMEDIA: ‘Community’ Media, Network’ Media, ‘Social Movement’ Media: Why Do They Matter? And What’s In A Name?”. Paper untuk konferensi Mitjans

Comunitaris, Moviments Socials I Xarxes, Barcelona, Spanyol, 15 Maret 2010. http://www.portalcomunicacion.com/catunesco/download/2010_Downing_Nanomedia_english.pdf, akses 3 Oktober 2015.

Fazhay, Umar Faruk. “*Media Cetak Terancam Gulung Tikar.*” 2013. <http://farukfazhay.blogspot.co.id/2013/05/media-cetak-terancam-gulung-tikar.html>, akses 15 Oktober 2015.

Flew, Terry. 2005. *New Media: An Introduction*. Oxford: Oxford University Press.

Gillmor, Dan. 2004. *We The Media: Grassroots Journalism by the People, for the People*. Sebastopol: O’Reilly Media.

Hague, Barry N. & Brian D. Loader. 1999. *Digital Democracy: Discourse and Decision Making in the Information Age*. London: Routledge.

“Harian Kontan Pelopori Koran Digital di Indonesia.” 2008. *Kompas.com*, 2 Juli. <http://teknokompas.com/read/2008/07/02/08543296/harian.kontan.pelopori.koran.digital.di.indonesia>, akses 15 Oktober 2015. “Inikah Senjakala Kami...” 2015. *Harian Kompas*, 28 Desember. <http://print.kompas.com/baca/2015/12/27/Inikah-Senjakala-Kami>, akses 19 Mei 2016.

Hill, David T. dan Krisnha Sen. 2001. *Media, Budaya, dan Politik di Indonesia*. Jakarta: Institut Studi Arus Informasi.

“Internet Lemot, Indonesia Jauh Tertinggal.” 2014. *KataData.co.id*, September. <http://katadata.co.id/public/media/oldmedia/infografik/2014/09/Kecepatan-Akses-InternetWEB.jpg> [infografik], akses 27 Juni 2016.

- “Internet users.” 2015. *Internet Live Stats*. <http://www.internetlivestats.com/internet-users/>, akses 15 Oktober 2015.
- “Internet usage statistic.” 2015. *Internet World Stats*. <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>, akses 15 Oktober 2015.
- “Koran Tertua di Dunia Llyod’s List Tutup Edisi Cetak, Beralih ke Digital.” 2013. *Bisnis.com*, 26 September. <http://industri.bisnis.com/read/20130926/105/165428/koran-tertua-di-dunia-llyods-list-tutup-edisi-cetak-beralih-ke-digital>, akses 15 Oktober 2016.
- Kyeremeh, Kwasi Ansu. 2007. “*Implications of Globalization for Community Broadcasting in Ghana*”, dalam *Community Media: International Perspective*, Fuller, Linda K. (ed.), 101-110. New York: Palgrave Macmillan.
- Lauterer, Jock. 2006. *Community Journalism: Relentlessly Local*. (ed.3). North Carolina: The University of Carolina Press.
- Mihal, Colleen. 2004. *Democracy, Citizens’ Media, and Resistance: A Study of The New River Free Press*. Thesis Master pada Virginia Polytechnic Institute and State University Master of Arts, Department of Communication (14 Juli).
- “Mobile Phones Lead Internet Growth in Indonesia, Entertainment Industry Tops the Market.” 2012. *Techinasia.com*, 27 Juni. https://www.techinasia.com/mobile-phones-lead-internet-growth-indonesia-entertainment-industry-tops-market/?utm_source=search&utm_medium=web&utm_campaign=%2Fmobile-phones-lead-internet-growth-indonesia-entertainment-industry-tops-market%2F, akses 15 Oktober 2016.

Myers, Mery. 2011. *Voices from Villages: Community Radio in the Developing World, A Report to the Center for International Media Assistance*. _____: CIMA.

“Nasib Media Cetak di Tengah Era Digital.” _____. *ubb.ac.id*.

<http://www.ubb.ac.id/menulengkap.php?judul=Nasib+Media+Cetak+Di+tengah+Era+Digital&&nomorurutartikel=422>, akses 15 Oktober 2015.

“New York Times Builds Out Digital Rewrite Team.” 2015. *Capitalnewyork.com*, 13 Oktober. <http://www.capitalnewyork.com/article/media/2015/10/8579538/new-york-times-builds-out-digital-rewrite-team>, akses 15 Oktober 2015.

“Optimisme Media Komunitas di Era Media Baru.” 2016. *Remotivi.or.id*, 3 Februari. <http://www.remotivi.or.id/amatan/258/Optimisme-Media-Komunitas-di-Era-Media-Baru>, akses 19 Mei 2016.

Papacharissi, Zizi. (2009). *The Internet, The Public Sphere and Beyond*, dalam Andrew Chadwick & Philip N. Howard (Eds). 2009. *Routledge Handbook of Internet Politics*. London: Taylor & Francis.

Rahayu, dkk. 2016. *Membangun Sistem Komunikasi Indonesia*. Yogyakarta: Pemantau Regulasi dan Regulator Media dan Yayasan TIFA.

Rennie, Ellie. 2006. *Community Media: A Global Introduction*. Maryland: Rowman & Littlefield Publishers. Inc.

“Report: Indonesia now has 74.6 million internet users.” 2013. *Techinasia.com*, 13 Oktober. <https://www.>

techinasia.com/indonesia-internet-users-markplus-insight/?utm_source=search&utm_medium=web&utm_campaign=%2Findonesia-internet-users-markplus-insight%2F, akses 15 Oktober 2015.

Rogers, Everett M. 1986. *Communication Technology: The New Media in Society*. The Free Press Macmillan Publishers.

Rogers, Everett M. 1983. *Diffusion of Inovation*. (ed.3). New York: The Free Press.

Sari Dewi, Ambar. 2014. "Perempuan Menggenggam Teknologi Informasi". Hasil penelitian *Google Policy Research Fellowship*, dipresentasikan pada Jagongan Media Rakyat, Yogyakarta, Indonesia, Oktober 2014.

"Satu Lagi Koran di AS Segera Tutup Usia." 2009. *Viva.co.id*, 17 Maret. http://dunia.news.viva.co.id/news/read/41186/satu_lagi_koran_di_as_segera_tutup_usia, akses 15 Oktober 2016.

"Selamat Tinggal Koran, Selamat Datang Jurnalisme Digital." 2015. *Beritagar.id*, 14 November. <https://beritagar.id/artikel/telatah/selamat-tinggal-koran-selamat-datang-jurnalisme-digital>, akses 19 Mei 2016.

"Surat Kabar di Denver, AS, Tutup Usia." 2009. *Viva.co.id*, 27 Februari. http://dunia.news.viva.co.id/news/read/34495-surat_kabar_di_denver_as_tutup_usia, akses 15 Oktober 2016.

Sullivan, A. 2002. "An Honest Blogger Will Never Make a Quick Buck". *Sunday Times*, 13 Oktober.

Tabing, Louie. 2000. "*The Development of Community Media in South-East Asia*", dalam *Promoting Community Media in Africa*,

(ed.) Bofo, S.T. Kwamo, 75-96. _____: UNESCO.

Winston, David. *Digital Democracy and The New Age of Reason*, dalam Henry Jenkins & David Thorburn (Ed.). 2003. *Democracy and New Media*. Cambridge: The MIT Press.

Wawancara

Best FM, Cirebon, Jawa Barat

- Wawancara dengan Ahmad Rofahan (pengelola), 10 Februari 2016.
- Wawancara dengan Mubarak Hasanudin (pengelola), 10 Februari 2016.
- Wawancara dengan Munib (Warga, pendiri Buletin Kalam), 10 Februari, 2016.
- Wawancara dengan Kyai Salaman (tokoh agama & pengurus Pesantren Buntet), 11 Februari 2016.

Primadona FM, Lombok Utara, NTB

- Wawancara dengan Kertamalip (Kepala Desa Karangbajo & penyiar), 2 Maret 2016.
- Wawancara dengan Nurul Hafizah (pengelola & penyiar), 2 Maret 2016.
- Wawancara dengan Hafidz (pengelola & penyiar), 2 Maret 2016.

- Wawancara dengan Raden Sawinggih (pendiri), 3 Maret 2016.
- Wawancara dengan Hamdi (pengelola), 2 Maret 2016.

Speaker Kampung, Lombok Timur, NTB

- Wawancara dengan Hajad Guna Roasmadi (pendiri & pengelola), 4 Maret 2016.
- Wawancara dengan Rasyid Ridho (pengelola), 4 Maret 2016.
- Wawancara dengan Sagiman (Ketua Badan Permusyawaratan Desa Ketangga), 4 Maret 2016.
- Wawancara dengan Jumawan (pengelola), 4 Maret 2016.
- Wawancara dengan Ipin (pengelola), 4 Maret 2016.

Wijaya FM, Sleman, Yogyakarta

- Wawancara dengan Jumadi (pendiri & pengelola), 9 dan 12 Februari 2016.
- Wawancara dengan Choiriyanto (pengelola), 9 Februari 2016.
- Wawancara dengan Tika (pengelola), 16 Februari 2016.
- Wawancara dengan Dayat (pengelola), 16 Februari 2016.

Suandri FM, Padang Pariaman, Sumatera Barat

- Wawancara dengan Azwar Mardin (pendiri & pengelola), 21 - 22 Februari 2016.

- Wawancara dengan Mus Mulyadi (pendiri), 22 Ferbruari 2016.
- Wawancara dengan Jefri (pengelola), 22 Februari 2016.
- Wawancara dengan Putri Muchisi (penyiar), 22 Februari 2016.
- Wawancara dengan Nilatu Fadilan (penyiar), 22 Februari 2016.

Profil Penulis



Mario Antonius Birowo, Ph.D.

Mengajar di Ilmu Komunikasi UAJY sejak 1993. S1 Ilmu Komunikasi UNS, S2 Communication Ateneo de Manila, Filipina; S3 Communication di Curtin University, Australia. Fokus studi Komunikasi dan Perubahan Sosial; Komunikasi Partisipatif; Media Komunitas.



Ranggabumi Nuswantoro, M.A.

Menyelesaikan studi SI Ilmu Komunikasi di FISIP UAJY, S2 Ilmu Komunikasi & Media di FISIPOL UGM. Saat ini mengajar di Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UAJY, dengan topik riset di bidang demokrasi deliberatif, komunikasi antarbudaya, dan komunikasi politik. Email: ranggabumi_nuswantoro@mail.uajy.ac.id.



Idha Saraswati

Lulusan Ilmu Hubungan Internasional Universitas Gadjah Masa. Semasa kuliah aktif di pers mahasiswa Balairung. Setelah lulus kuliah sempat menjadi jurnalis di harian Kompas. Saat ini bergiat di COMBINE Resource Institution sebagai Manajer Unit Pengelolaan Informasi Komunitas. Email: idha@combine.or.id atau jatisaras@gmail.com.



Ferdhi Fachrudin Putra

Alumni Jurusan Ilmu Pemerintahan UGM. Bergiat di COMBINE Resource Institution sebagai staf program Suara Warga. Memiliki ketertarikan pada bidang kajian media alternatif dan budaya alternatif. Email: ferdhi@combine.or.id atau ferdhiputra@gmail.com.