

STRATEGI KOMUNIKASI PRFM 107.5 NEWS CHANNEL DALAM MEMBANGUN LITERASI MEDIA DI TENGAH PANDEMI COVID-19

Dudi Yudhakusuma¹, Slamet Parsono²
Universitas Langlangbuana, Jalan Karapitan No. 114, Bandung, Jawa Barat¹
Universitas Telkom, Jalan Telekomunikasi, No. 1, Jawa Barat²
dudi.yudha@yahoo.com¹, slamparsono@gmail.com²

ABSTRAK

Komunikasi massa yang efektif dan efisien sangat diperlukan dalam memberikan edukasi kepada masyarakat luas di tengah ancaman pandemi Covid-19. Komunikasi massa yang sehat dapat menciptakan masyarakat cerdas dan kritis terhadap informasi yang diperoleh, sehingga tidak mudah termakan hoaks. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan signifikansi pesan yang disampaikan melalui media massa dalam keadaan pandemi. Tuntutan masa pandemi yang berdimensi krisis dalam berbagai lini, menjadikan pemilihan media komunikasi harus lebih hati-hati. Persoalan ini kemudian akan berdampak pada kesalahan informasi yang diterima oleh masyarakat. Oleh sebab itu, pemilihan komunikasi massa sebagai media yang strategis dalam menanggapi berbagai persoalan yang ada dapat menjadi alternatif sebagai sarana edukasi dini yang langsung menasar terhadap masyarakat luas dengan efektif dan efisien. Bahasan utama dalam penelitian ini berkaitan dengan peran penting strategi komunikasi massa Radio PRFM 107.5 News Channel di tengah pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi lapangan. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian menyebutkan bahwa komunikasi massa memiliki peranan sentral dalam menanggapi pandemi Covid-19.

Kata Kunci: Komunikasi Massa, Pandemi Covid-19, Literasi Media, Radio

PRFM 107.5 NEWS CHANNEL MASS COMMUNICATION STRATEGY IN BUILDING MEDIA LITERACY IN THE MIDST OF THE COVID-19 PANDEMIC

ABSTRACT

Effective and efficient mass communication is very much needed in providing education to the wider community amid the threat of the Covid-19 pandemic. Healthy mass communication can create intelligent and critical people towards the information obtained, so that they are not easily eaten by hoaxes. This study aims to find out the significance of messages conveyed through mass media in a pandemic. The demands of the pandemic period, which have a crisis dimension in various lines, make the choice of communication media to be more careful. This problem will then have an impact on misinformation received by the community. Therefore, the selection of mass communication as a strategic medium in responding to various existing problems can be an alternative as a means of early education

that directly targets the wider community effectively and efficiently. The main discussion in this study relates to the important role of the mass communication strategy of PRFM Radio 107.5 News Channel in the midst of the Covid-19 pandemic. This study uses a qualitative method with the type of field study research. Data collection techniques using observation, interviews, and documentation. The results of the study state that mass communication has a central role in responding to the Covid-19 pandemic.

Keywords: *Mass Communication, Covid-19 Pandemic, Media Literacy, Radio*

PENDAHULUAN

Komunikasi massa memiliki peranan yang krusial di tengah pandemi Covid-19, yang telah ditetapkan menjadi pandemik global oleh organisasi kesehatan dunia yaitu WHO (World Health Organization). Khususnya di Indonesia, berbagai prediksi ahli menyebutkan jika pandemi tersebut belum akan berakhir dalam waktu dekat ini (Mashabi, 2020). Sehingga, dalam menanggapi pandemi ini diperlukan adanya pola komunikasi yang efektif dan efisien untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat terkait dengan penanganan pandemi ini.

Dalam berkomunikasi, manusia menggunakan media atau sarana. Dalam perspektif komunikasi, media adalah sarana atau media yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak (Cangara, 2021). McLuhan memahami media adalah perpanjangan pikiran manusia. McLuhan meyakini bahwa medium (bentuk tunggal dari media) adalah pesan itu sendiri atau *medium is message*. Media menjadi

kepanjangan tangan dari manusia, misalnya saja berbicara adalah konten menulis, menulis adalah isi dari cetakan, cetakan itu sendiri adalah isi dari fotokopi.

Ditengah pandemi Covid-19 ini, komunikasi merupakan sebuah langkah penting guna menyampaikan informasi yang dibutuhkan seseorang ataupun masyarakat (Syaipudin, 2020). Lebih jauh lagi, komunikasi menjadi kepentingan lain dalam menghadapi Covid-19 ini. Dengan kebijakan pembatasan sosial, maka komunikasi massa menjadi sebuah pilihan untuk penyampaian informasi kepada publik.

Menanggapi berbagai persoalan yang timbul akibat pandemi Covid-19 ini, komunikasi publik menjadi pilihan terbaik dalam proses interaksi sosial yang harus tetap berjalan di tengah pandemi. Pentingnya komunikasi publik, menjadi salah satu kebutuhan utama, serta komunikasi yang dilakukan di depan orang banyak atau khalayak umum (Arni, 2011). Komunikasi publik merupakan proses penyampaian pesan berupa suatu

informasi- informasi. Dalam prosesnya komunikasi publik memerlukan sarana, dapat melalui media massa, baik cetak, elektronik maupun *online*.

Meski begitu, apa yang disampaikan media tidak selalu benar. Sikap kritis terhadap isi pesan media sangat diperlukan untuk mewujudkan “Literasi Media” pada kalangan masyarakat yang hidup di dunia sesak media (*media saturated world*) seperti saat ini. Dituliskan oleh Yosol Iriantara dalam bukunya *Literasi Media, Apa, Mengapa, Bagaimana*, literasi media adalah kemampuan membaca, menganalisis, menilai, dan memproduksi komunikasi dalam berbagai bentuk media kepada warga masyarakat dan memberi semacam panduan cara menyesuaikan diri dengan informasi yang diberikan massa kepada public (Yosol, 2009). Singkatnya, adalah sebuah upaya agar masyarakat tidak menelan mentah-mentah isi pesan media massa.

Perlu dipahami bahwa frekuensi adalah sumber daya alam (SDA) milik negara yang terbatas dan digunakan untuk kepentingan dan kemaslahatan publik. Artinya media yang memanfaatkan frekuensi sebagai penyebar informasi yang dibingkainya, harus memperhatikan kepentingan publik. Namun apakah

faktanya seperti itu? Media massa ternyata kini hanya menjadi komoditi bisnis dan pembawa agenda pemiliknya. Banyak orang tua yang mulai khawatir dengan gaya berpakaian putra-putrinya yang mengikuti apa yang ia tonton di televisi, atau perilaku kasar seorang anak akibat menirukan atau mencontoh apa yang ia saksikan di televisi.

Maka penting rasanya untuk menyadarkan masyarakat agar tidak menelan mentah-mentah apa yang disampaikan oleh media massa, karena faktanya apa yang disampaikan media tidak selalu benar, juga tidak selalu yang Anda butuhkan. Pesan media sayangnya sudah dikonstruksi. Konstruksi awak media yang bisa saja dipengaruhi oleh idealisme tertentu, atau mungkin juga pengaruh agenda tertentu, misalnya politik dan bisnis, termasuk agenda dari pemilik media.

Mengutip dua dari sembilan elemen jurnalistik dari Bill Kovach, bahwa apa yang disampaikan oleh jurnalis harus berdasar pada fakta dan pandangan yang bersifat objektif, serta esensi jurnalisme adalah disiplin verifikasi, menjelaskan bahwa media harusnya menyampaikan suatu kebenaran dengan memperhatikan sikap disiplin dalam cek dan ricek kebenaran informasi.

Namun, berbicara tentang media massa di Indonesia saat ini, jauh rasanya dari sembilan elemen jurnalistik tersebut. Karena media bukan hanya sebagai lembaga sosial yang berkewajiban mendidik khalayak, tetapi sudah berkembang menjadi korporasi bisnis yang juga harus bertahan atau bahkan mencari untung untuk keberlangsungan produksinya. Sayangnya, proses mencari untung itu yang nampak lebih dominan dan mengorbankan fungsi ideal media massa sebagai penyampai informasi (*to inform*), pendidikan (*to educate*), mempengaruhi (*to influence*) dan hiburan (*to entertain*).

Atas dasar itulah muncul gerakan masyarakat untuk mengampanyekan cerdas bermedia dengan tidak menelan mentah-mentah pesan yang disampaikan media massa. Belakangan konsep itu dikenal dengan *media literacy* atau yang diartikan dengan melek media, atau cerdas bermedia.

Dari berbagai definisi dapat disimpulkan bahwa literasi media adalah kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan isi pesan media. Dari definisi itu dipahami bahwa fokus utamanya berkaitan dengan isi pesan media. Iriantara menyampaikan satu aspek

penting literasi media adalah perubahan cara pandang terhadap media massa (Yosal, 2009).

Terlebih di tengah pandemi Covid-19 sekarang ini, jutaan informasi berseliweran di berbagai *platform* media massa. Oleh sebab itu, media massa memiliki tanggung jawab publik dalam memberikan informasi akurat tentang Covid-19 tersebut. Bagaimana pentingnya dalam memberikan edukasi dini secara tepat sebagai bentuk antisipasi, pencegahan dan penanganan terhadap kasus penyebaran Covid-19.

Letak penelitian ini, mengkaji berbagai potensi yang terjadi dalam perkembangan peran komunikasi massa dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat di tengah pandemi Covid-19. Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti memutuskan mengambil judul **“Strategi Komunikasi Massa PRFM 107.5 News Channel dalam Membangun Literasi Media di Tengah Pandemi Covid-19”**.

METODE PENELITIAN

Penelitian mengenai “Strategi Komunikasi Massa PRFM 107.5 News Channel dalam Membangun Literasi Media di Tengah Pandemi Covid-19” ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif.

Metode ini digunakan untuk menggambarkan situasi sosial yang diteliti dengan meliputi aspek tempat (*place*), pelaku (*place*), dan aktivitas (*activity*) yang saling berintegrasi secara sinergis (Sugiyono, 2005).

Sugiyono mendeskripsikan beberapa hal mengenai alasan penelitian yang menggunakan metode kualitatif. Rasionalisasi dari penelitian kualitatif tersebut diantara adalah:

- a. Penelitian dilakukan untuk memahami gejala yang kompleks dalam kaitannya dengan aspek-aspek lain (*in context*).
- b. Penelitian belum memiliki gambaran yang jelas tentang aspek masalah yang akan diteliti.
- c. Fokus penelitian dapat selalu berkembang seiring dengan proses pengumpulan data.

Penelitian kualitatif bersifat “perspektif emic” artinya memperoleh data bukan sebagaimana seharusnya, tidak berdasarkan pada pemikiran peneliti, tetapi berdasarkan pada sebagaimana adanya kasus yang terjadi di lapangan. Oleh karena itu, peneliti dituntut untuk dapat menggali data berdasarkan apa yang disampaikan, dirasakan dan dilakukan oleh informan atau sumber data (Sugiyono, 2011:210). Adapun teori atau temuan dari

penelitian kualitatif ini kemudian akan dapat diperoleh di lapangan atau situasi sosial dengan cara melakukan *grounded research*.

Pendekatan Penelitian

Penelitian mengenai “Strategi Komunikasi Massa PRFM 107.5 News Channel dalam Membangun Literasi Media di Tengah Pandemi Covid-19” ini menggunakan pendekatan teori komunikasi massa. Littlejohn dan Foss dalam bukunya *Encyclopedia of Communication Theory* (2009) membagi teori komunikasi massa ke dalam tiga kategori, yaitu teori-teori yang berkaitan dengan budaya dan masyarakat, teori-teori yang berkaitan dengan pengaruh dan persuasi media, dan teori-teori yang berkaitan dengan penggunaan media. Selain teori-teori yang menekankan pada proses dampak media massa dan khalayak massa, beberapa teori komunikasi massa juga menitikberatkan pada isi pesan media serta struktur dan penampilan media massa.

Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian yang digunakan dalam penelitian “Strategi Komunikasi Massa PRFM 107.5 News Channel dalam Membangun Literasi Media di Tengah Pandemi Covid-19” ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma ini dipilih agar dapat

mengungkap makna dari pemberitaan-pemberitaan PRFM selama masa pandemi yang telah dilakukan. Paradigma konstruktivisme merupakan pandangan epistemologis mengenai akuisisi pengetahuan yang lebih menekankan pada konstruksi pengetahuan daripada transmisi pengetahuan dan pencatatan informasi yang disampaikan oleh subyek penelitian (Applefield, James. M; Huber, Richard ; Moallem, 2011). Konstruksi yang dimaksud dalam paradigma ini adalah berbagai konsepsi dari pengetahuan atau wawasan yang dapat diinterpretasikan maknanya menjadi lebih luas (*meaning making*) berdasarkan pada pengalaman-pengalaman yang didapatkan dari penelitian. Menurut Djamaloeddin (2005:50) hal-hal yang selayaknya dipikirkan secara mendalam adalah segala sesuatu yang dijumpai maupun dialami sepanjang hari.

Subjek-Objek Penelitian

Subyek penelitian sebagai sumber data atau sebagai informan menurut Sugiyono (2011:221) sebaiknya memenuhi kriteria sebagai berikut.

- a. Menguasai atau memahami sesuatu melalui proses enkulturasi, sehingga sesuatu itu bukan sekedar diketahui, tetapi juga dihayati.

- b. Tergolong masih sedang berkecimpung atau terlibat pada kegiatan yang tengah diteliti.
- c. Mempunyai waktu yang memadai untuk dimintai informasi
- d. Tidak cenderung menyampaikan informasi hasil kemasannya sendiri.
- e. Pada mulanya informasi tergolong cukup asing dengan peneliti sehingga lebih menggairahkan untuk dijadikan semacam narasumber.

Kriteria-kriteria tersebut kemudian menjadi bahan pertimbangan dalam memilih subyek data penelitian. Adapun obyek penelitian mengenai “Strategi Komunikasi Massa PRFM 107.5 News Channel dalam Membangun Literasi Media di Tengah Pandemi Covid-19” ini adalah PRFM. Sedangkan subyek penelitiannya adalah pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan pembuatan pesan PRFM, Manager Operasional, Produser, dan Penyiar. Sekumpulan subyek penelitian tersebut yang menjadi key informan yang paling berkompeten dan menjadi narasumber utama adalah Manager Operasional PRFM.

Wilayah Penelitian

Wilayah penelitian adalah lokasi atau posisi dimana peneliti melakukan

pengumpulan data, bertemu dengan subyek penelitian dan mendokumentasikan data penelitian. Wilayah penelitian ini menjadi pusat peneliti dalam melakukan *grand tour observation* dan *grand tour question*.

Adapun wilayah penelitian mengenai “Strategi Komunikasi Massa PRFM 107.5 News Channel dalam Membangun Literasi Media di Tengah Pandemi Covid-19” ini beralamat di Jalan Asia Afrika, Kota Bandung, Jawa Barat. Namun pada pendokumentasian data, peneliti juga melakukan observasi *online* dengan cara menelusuri postingan-postingan di *Official Account* Instagram PRFM untuk mengumpulkan data-data visual yang dibutuhkan untuk bahan wawancara dengan *key informan* di PRFM.

Sumber Data

Sumber data penelitian dalam penelitian kualitatif mengenai “Strategi Komunikasi Massa PRFM 107.5 News Channel dalam Membangun Literasi Media di Tengah Pandemi Covid-19” ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Meski sumber data terpisah, keduanya dapat saling diintegrasikan namun dapat tetap dibedakan data-data yang prioritas.

Penetapan sumber data ini dilakukan agar peneliti memahami acuan dalam mengambil data-data penelitian yang utama digunakan dalam menyusun simpulan di akhir penelitian.

Data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan subyek penelitian, yaitu manajer operasional, produser dan penyiar. Data sekunder dari penelitian ini adalah data hasil dokumentasi dari penelusuran akun resmi PRFM. Selain itu data sekunder juga diperoleh dari kajian literatur dengan menghadirkan sumber-sumber referensi dari berbagai macam buku tentang komunikasi visual.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian “Strategi Komunikasi Massa PRFM 107.5 News Channel dalam Membangun Literasi Media di Tengah Pandemi Covid-19” ini menggunakan tiga teknik, yaitu teknik wawancara, teknik dokumentasi dan studi pustaka.

a) Wawancara

Teknik wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2005). Teknik ini

digunakan untuk melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti dan mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.

Penelitian visual ini memiliki lebih dari satu key informan, namun peneliti tidak mengumpulkan keseluruhan key informan dalam satu kegiatan wawancara. Peneliti akan mewawancarai setiap key informan satu persatu sekaligus mengobservasi kegiatan kesehariannya tentang proses pembuatan pesan visual pemasaran program radio.

b) Dokumentasi

Dokumentasi dalam teknik pengumpulan data adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu yang berupa tulisan, gambar atau karya monumental ((Sugiyono, 2005)). Pada penelitian ini, dokumentasi data tidak sekedar data tekstual tetapi juga data visual yang dibutuhkan untuk mendukung kelengkapan data penelitian.

c) Studi Pustaka

Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data yang berguna untuk melengkapi data-

data yang diperoleh sebelumnya sehingga menjadi lebih teoritis, ilmiah dan logis. Studi pustaka menghasilkan teori-teori dari para ahli serta kutipan-kutipan ilmiah yang berkesinambungan bagi data penelitian dari hasil wawancara dan dokumentasi. Melalui studi pustaka ini, penafsiran untuk teknik analisis data akan lebih mudah.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian komunikasi pemasaran pesan visual di Instagram ini menggunakan tiga teknik analisis, yaitu klasifikasi, tafsir dan konklusi.

a) Klasifikasi

Teknik klasifikasi dalam analisis data digunakan ketika peneliti memperoleh data yang cukup banyak dan beragam. Selain dengan reduksi data, data yang beragam tersebut kemudian diklasifikasikan berdasarkan kategori-kategori tertentu. Teknik klasifikasi cukup efektif dalam analisis data pesan visual atau konten-konten PRFM.

b) Tafsir

Teknik analisis data dengan tafsir adalah teknik analisis dimana seluruh data yang dihasilkan melalui

hasil wawancara dan dokumentasi dikorelasikan dengan hasil studi pustaka. Pada metode klasifikasi data terdapat data yang direduksi, sedangkan pada teknik analisis tafsir ini, data akan di-*display* berdasarkan kategori-kategori tertentu sehingga lebih sistematis dan mudah dipahami. Penyajian data (*data display*) dapat dilakukan dengan membentuk tabel, grafik *pie chart*, *pictogram* dan sejenisnya sehingga data dapat terorganisasikan dan tersusun dalam hubungan (Sugiyono, 2005). Pada penelitian ini *display data* untuk hasil dokumentasi dilakukan dengan pembuatan tabel, dan pada penafsirannya berupa *cover term* sehingga uraian materi dapat dijelaskan secara lebih rinci.

c) Kesimpulan

Konklusi adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi yang dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal (Sugiyono, 2005). Kesimpulan yang dihasilkan dalam penelitian kualitatif ini merupakan temuan baru yang sebelumnya belum ada. Hasil temuan tersebut dapat berupa deskripsi atau

gambaran suatu obyek yang sebelumnya masing-masing menjadi lebih teoritis dan memiliki hubungan kasual.

Strategi formulasi teori dimaksimalkan dengan *review* kembali literatur-literatur yang ada. Jika peneliti merasa terdapat kekurangan data, maka peneliti bisa saja kembali ke lapangan untuk kembali mengumpulkan data-data yang kurang. Sehingga peneliti akan kembali pada proses awal analisis penelitian yaitu kategorisasi dan memo penelitian. Jika proses klasifikasi dan tafsir penelitian kembali sudah dilalui, maka teori dapat diformulasikan kembali secara optimal dan simpulan penelitian dapat ditetapkan.

Uji Keabsahan Data

Kualitas hasil penelitian menurut Sugiyono dipengaruhi oleh dua hal utama, yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Pada penelitian kualitatif, instrumen atau alat penelitian dilakukan oleh peneliti itu sendiri (*human instrument*), sehingga peneliti pun perlu divalidasi untuk mengukur seberapa jauh peneliti siap

dalam melakukan penelitian yang selanjutnya terjun di lapangan.

Validasi terhadap peneliti sebagai instrumen penelitian meliputi validasi terhadap pemahaman metode penelitian kualitatif, penguasaan wawasan terhadap bidang yang diteliti, dan kesiapan untuk memasuki obyek penelitian baik secara akademik maupun logistiknya. *Human instrumen* dalam penelitian kualitatif ini juga perlu diperhatikan disamping tugasnya dalam menetapkan fokus penelitian, pemilihan informan, teknik pengumpulan data, penilaian kualitas data, penafsiran data dan penyusunan kesimpulan dari penelitian.

Adapun uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi validitas internal untuk aspek nilai kebenaran, validitas eksternal (generalisasi) untuk aspek penerapan, reliabilitas untuk aspek konsistensi, dan obyektivitas pada aspek naturalitas. Validitas internal adalah sebuah uji kredibilitas bagi keterpercayaan data hasil penelitian berupa perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan, triangulasi, diskusi, analisis kasus negatif, menggunakan bahan referensi, dan pengecekan sumber data (*membercheck*). Strategi dalam mencapai validitas internal ini, peneliti melakukan pengamatan secara intens dengan obyek dan subyek penelitian

dengan cara melakukan wawancara mendalam sekaligus juga observasi partisipatif kepada pihak-pihak yang terlibat dalam obyek yang akan diteliti yaitu PRFM.

Sedangkan validitas eksternal adalah pengujian *transferability* untuk menunjukkan hasil penelitian yang dapat diterapkan dalam situasi lain. Untuk mencapai validitas ini, peneliti juga melakukan wawancara kepada teman sejawat yang aktif bekerja sebagai *Media Social Officer*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian ini diperoleh dengan teknik wawancara mendalam secara langsung kepada informan sebagai bentuk dari pencarian data maupun dokumen yang diperlukan untuk penelitian ini. Kemudian peneliti juga memakai teknik observasi sebagai cara untuk melengkapi data yang ditemukan di lapangan. Penelitian ini berfokus pada “Strategi Komunikasi Massa PRFM 107.5 News Channel dalam Membangun Literasi Media di Tengah Pandemi Covid-19”. Penelitian ini melibatkan dua informan. Data-data dari key informan diuraikan dengan menggunakan metode studi kasus yang membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian dalam

kasus tunggal atau multikasus. Narasumber kunci ini merupakan orang yang dijadikan sumber informasi untuk memahami persoalan dalam penelitian ini. Key Informan ini merupakan orang yang memiliki kapasitas dan keahlian untuk memberi informasi tentang objek penelitian.

Kedua key informan itu adalah General Manager (GM) PRFM Priadi Zalam Yudha dan Manager Marketing Communication Aris Hermansyah. Keduanya telah dilakukan wawancara secara mendalam (*depth interview*) di tempat dan waktu yang berlainan.

Tabel 1. key informan

Keterangan	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Jabatan
Key Informan 1	Priadi Zalam Yudha	Pria	39 Tahun	General Manager
Key Informan 2	Aris Hermansyah	Pria	35 tahun	Manager Marketing Communication

Literasi Media PRFM 107.5 News Channel

Terpaan media massa memang sangat besar, utamanya televisi. Hampir setiap orang dalam kesehariannya menyisihkan waktu untuk melihat tayangan televisi. Bahkan adapula yang sengaja mengagendakan untuk menyaksikan tayangan televisi dalam waktu yang lama. Nah, penetrasi terhadap masyarakat yang begitu besar, akan membut kesempatan

media televisi mempengaruhi khalayaknya pun semakin besar. Masalahnya, ternyata apa yang ditayangkan oleh televisi tidak semuanya dibutuhkan oleh masyarakat. Namun kadang malah sebagian besar berisi pesan bertujuan “meracuni” khalayak secara sadar maupun tidak sadar.

Maka literasi media pun banyak disuarakan oleh para pemerhati media, LSM, hingga akademisi untuk melindungi masyarakat dari terpaan konten media yang semakin kencang. Hal itu dilakukan melalui berbagai gerakan melek media, baik melalui kampanye langsung, menulis buku, menulis surat pembaca, hingga memberikan seminar-seminar tentang

melek media. Tidak saja untuk televisi, namun literasi media juga disuarakan untuk melindungi masyarakat dari terpaan media lainnya seperti koran, radio, dan internet yang kini juga memiliki penetrasi luar biasa terhadap opini publik.

Salah satu bentuk dari Literasi Media adalah *citizen journalism*. Citizen Journalism (CJ) yang juga dikenal dengan beragam nama lain, seperti *participatory journalism* atau *grassroot journalism* adalah jurnalisme orang biasa. Seseorang, tanpa memandang latar belakang pendidikan dan keahlian, dapat merencanakan, menggali, mengolah, dan mempresentasikan informasi, berupa

tulisan, gambar, foto, tuturan (laporan lisan), video, dan lain-lain dalam CJ.

Dewasa ini, seiring dengan naiknya popularitas situs-situs yang mengusung CJ melalui internet, banyak orang beranggapan bahwa kelahiran CJ dibidani oleh internet, atau CJ bisa hadir karena kehadiran media internet. Padahal jika kita kembalikan ke pengertian dasarnya, sebagai jurnalisme warga atau jurnalisme orang biasa, CJ dapat hadir tidak saja melalui internet, tapi juga melalui media lainnya seperti radio.

Di Indonesia, ada beberapa radio yang menerapkan format *citizen journalism* dalam program siarannya. Dahulu di Bandung ada radio Mara FM yang fenomenal dengan laporan warga ala *citizen journalism* sekitar tahun 9-an, kemudian di Surabaya ada Radio Suara Surabaya dan di Jakarta ada radio Elshinta. Namun ketika radio Mara FM kemudian merubah format siarannya menjadi radio musik, PRFM 107.5 Bandung mengambil perannya dengan mengusung format *citizen journalism*, dan saat ini PRFM 107.5 Bandung sebagai pemain tunggal format *citizen journalism* di Bandung yang mampu berkembang dengan pesat pada usianya yang kini baru menjelang tiga tahun.

Di Bandung, Radio PRFM 107.5 Bandung adalah satu-satunya radio siaran yang mengusung *citizen journalism* sebagai format utama siarannya. Melalui program Berita dari Anda pendengar radio PRFM 107.5 Bandung dapat menyampaikan informasi untuk disiarkan layaknya seorang reporter/wartawan. Untuk itu, melalui penelitian ini ingin mengetahui lebih mendalam tentang “Strategi Komunikasi Massa PRFM 107.5 News Channel dalam Membangun Literasi Media di Tengah Pandemi Covid-19”.

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan dari hasil wawancara dengan key informan dan observasi, radio PRFM melakukan upaya agar menjangkau pendengar sebanyak-banyaknya melalui jurnalisme warga terkait pemberitaan Covid-19. Meskipun diakui oleh key informan, PRFM tidak memiliki divisi khusus yang mengelola dan mengembangkan data warga pendengar atau divisi litbang. Data yang tercatat saat ini masih dilakukan secara konvensional dan temporal melalui jumlah interaksi dan partisipasi warga pendengar dan khalayak dalam sebuah program acara.

Key informan 1: *Kami terus membuka interaksi baik secara on air ataupun media sosial terkait berbagai informasi seputar covid-19*

di masyarakat. Sebab, banyak masyarakat yang bingung ketika mendapatkan informasi seputar Covid-19 belum lagi maraknya informasi hoax di Media Sosial. Kami pun memberikan edukasi ciri-ciri informasi hoax yang terkadang beredar di media sosial. Harapannya literasi media masyarakat dapat meningkat.

Key informan 2: “...kita memberikan fakta, tidak memberikan data bodong, selain memberikan data Neilsen, kita juga memberikan data pribadi kita, dalam satu jam berapa interaksi dengan warga, melalui SMS, WA, twitter FB berapa”

PRFM sudah menegaskan sebagai radio untuk jurnalisme warga. Hal ini setelah adanya perubahan iklim politik dimana setiap orang bebas berpendapat dan mencari, mengolah, menyampaikan informasi. Di saat itulah, informasi menjadi bagian dari nilai komoditas yang memiliki nilai guna. PRFM memanfaatkan situasi ini sebagai media bagi para warga untuk berbagi informasi. Posisi ini ditegaskan dengan *tagline* Radio PRFM, “*Andalah Reporter Kami*”.

Citizen Journalism PRFM 107.5 News Channel

Radio PRFM memosisikan sebagai *social agent* yang melakukan dialektika dengan struktur di masyarakat. Salah satunya adalah menjadikan PRFM

menjadi ruang untuk berbagi informasi antara sesama warga. Informasi dari warga ini mengubah struktur pada masyarakat bahwa PRFM sebagai media penampung semua informasi dari warga.

Peneliti menganalisis data dari hasil wawancara dan observasi, bahwa PRFM menjadi ruang bagi jurnalisme warga, seperti *tagline* mereka, “*Andalah Reporter Kami*”. Begitu pula, di setiap saat, PRFM menayangkan *ad lib* sebagai ajakan kepada masyarakat pendengar untuk saling berbagi informasi. Begitupun di masa pandemi ini, PRFM membuka ruang bagi warga untuk bertanya seputar Covid-19. Seperti yang dituturkan oleh *key informan 1* berikut ini:

Key informan 1: “Menurut kami pendengar PRFM sangat besar dalam keterlibatan terhadap pemberitaan Covid-19, terutama dalam hal menanggapi pemberitaan Covid-19 dan juga memberikan informasi terkait adanya pemberitaan yang berkembang di masyarakat. Beragam ada yang menyambut positif dengan berpandangan bahwa informasi yang dihadirkan PRFM sebagai warning agar kita tetap waspada dan jangan sampai lengah terhadap kasus covid. Ada pula yang negatif, mereka berpandangan PRFM menghadirkan informasi yang meresahkan dengan kabar angka covid yang meningkat belum lagi bila ada laporan warga seputar kerumunan.”

Errol Jhonatan, CEO Radio Suara Surabaya (SS) dalam Seminar PRSSNI di Bandung menguraikan pentingnya radio memainkan jurnalistik. Ada tujuh alasan, *pertama*; radio mempunyai kekuatan untuk menjadi sumber yang dipercaya, *kedua*; mampu mempengaruhi publik, *ketiga*; mengikat loyalitas dengan memainkan citizen journalism, *keempat*; mampu menggalang kekerabatan sosial, *kelima*; radio mampu menciptakan aktivitas pasca siarannya, dari *on air* menuju ke *non air* atau biasa disebut *off air*, *keenam*; radio sebagai kredibilitas media dan kekuatan penetrasi lokal, dan *ketujuh*; radio dan informasinya mampu membangun kedekatan relasi yang *physicle* dan emosional antara radio dan pendengar.

Radio PRFM salah satu radio yang terinspirasi dari pemaparan Errol, pada tahun 2008 dimana *citizen journalism* mampu mengikat loyalitas khalayak pendengar. Seperti halnya khalayak memang membutuhkan media, namun apa dan bagaimana khalayak untuk mendapatkan pemberitaan, khalayak yang mencari sendiri dengan caranya. Fakta bahwa khalayak butuh berita memang tidak dapat dipungkiri, namun bagaimana khalayak mengkonsumsi berita, tergantung pada pilihan khalayak itu sendiri (Rezeki, 2016: 198).

Untuk memenuhi kebutuhan khalayak, PRFM melakukan konvergensi media melalui media online. Tidak hanya mengandalkan media online, PRFM juga membuka saluran informasi dan interaksi melalui media sosial, facebook, twitter, dan Instagram. Meski radio masih menjadi *core business* PRFM, namun mediamorfosa yang dilakukan PRFM sebagai keharusan agar tetap khalayak memilihnya. Radio PRFM menjadikan jurnalisme warga sebagai poros dalam bisnisnya (Mendayun, Irianti; Sjucho, 2018).

Strategi Komunikasi Massa PRFM 107.5 News Channel

Ditengah ancaman pandemi Covid-19 komunikasi massa sangat diperlukan untuk memberikan edukasi terhadap masyarakat luas. Dengan komunikasi massa akan didapatkan sasaran komunikasi yang sangat luas dengan menysar banyak orang dalam satu waktu sekaligus. Tingkat akurasi informasi yang diberikan menjadi hal penting yang harus diperhatikan oleh pemberi informasi. Dalam hal ini, komunikasi yang disampaikan kepada masyarakat merupakan pesan-pesan dengan bahasa mudah namun dapat dipahami oleh masyarakat.

Begitupun dengan PRFM yang melakukan upaya literasi media melalui *citizen journalism* dan program-program yang sudah diterapkan. Seperti dikemukakan GM PRFM ketika ditanya peneliti terkait program khusus untuk mengedukasi masyarakat terkait literasi media selama pandemi.

Key informan 1: “Program Info Covid-19 adalah program informasi seputar angka covid-19 dan level kewaspadaan hadir setiap hari pukul 17.00 WIB dalam bentuk breaking news. Sementara program Truth or hoax lebih pada mengkonfirmasi bila ada informasi hoax dan info yang marak ditanyakan warga seputar kegelisahan tentang covid-19”.

Efektifitas komunikasi massa, merupakan bagian penting untuk mencapai tujuan-tujuan penyampaian informasi kepada orang lain. Dengan gamblangnya informasi yang diberikan, maka tujuan komunikasi akan dapat dicapai oleh pemberi informasi. Bahkan, dalam situasi yang sulit sekalipun komunikasi yang efektif menjadi sangat penting dan tidak dapat dipisahkan dalam interaksi untuk saling memberikan edukasi.

Pandemi Covid-19 yang telah berlangsung sejak bulan Mei 2020 di Indonesia, dan belum dapat diprediksi kapan berakhirnya turut menjadi perhatian bagi bergaai kalangan termasuk

masyarakat luas, terlepas dari perbebatan mengenai misteri Covid-19 yang masih belum terpecahkan. Mulai dari cara penularan, apakah vaksinnnya, dan bagaimana cara penanganan yang efektif. Menyikapi hal tersebut, komunikasi massa yang efektif dapat menjadikan salah satu bentuk proteksi dalam hal upaya pencegahan dan penanggulangan dini terhadap semakin menyebarnya virus Corona tersebut.

Penanganan Covid-19 dan peran komunikasi massa, menjadi dua hal yang menjadi dalam satu bagian penting sebagaimana teori Muhammad, bahwasanya komunikasi berperan dalam segala aspek kehidupan. Termasuk dalam hal menjalin interaksi yang berhubungan dengan masyarakat luas mengenai pemberitaan maupun informasi-informasi mengenai Pandemi Covid-19 ini. Sehingga, *stakeholder* terkait dalam memangani Covid-19 harus memberikan informasi-informasi yang jelas dan mudah dipahami masyarakat luas .

Seputar *Citizen Journalism* dalam konteks literasi media PRFM ini pun, adapula orang yang mengatakan bahwa setiap kita sebenarnya adalah seorang jurnalis bagi diri kita sendiri (Mendayun, Irianti; Sjuchro, 2018). Sadar ataupun tidak, hidup kita memang penuh dengan

pencarian tentang sesuatu dan refleksi diri atas hal tersebut. Meskipun memang kadar di setiap orangnya akan berbeda-beda. Beberapa orang mungkin hanya menyukai proses mencari sesuatu dan menjadikannya sebagai pengetahuan bagi dirinya pribadi. Namun, ada juga beberapa orang yang setelah proses pencarian itu lalu memuat hasil refleksinya di situs pribadi, atau bahkan mempublikasikannya di media massa.

Manajemen PRFM melihat bahwa praktik Citizen Journalism yang dilakukan telah sesuai ekspektasi, meski memang tetap harus melakukan berbagai perbaikan-perbaikan. Hal ini tampak saat peneliti menanyakan terkait ekspektasi masyarakat terkait pemberitaan-pemberitaan Covid-19 yang telah disiarkan oleh PRM. Seperti penuturan GM PRFM berikut ini:

Key informan 1: “Sejauh ini cukup baik dan harapan kami partisipasi warga terus meningkat karena PRFM akan selalu hadir untuk mengakomodir kebutuhan dan keluhan dari masyarakat, dan mencoba untuk menjembatani dengan pihak-pihak terkait agar ada solusi bagi semua pihak”.

Menurut **key informan 1**, keterlibatan warga dalam memberitakan pandemic di PRFM cukup besar. Hal ini dapat terlihat dari banyaknya aspirasi serta laporan-laporan yang masuk ke meja

redaksi. Hal ini juga tak terlepas dari hasrat warga untuk memberikan aspirasinya melalui saluran resmi media massa seperti radio untuk memberikan sebenar-benarnya peristiwa yang dihadapi.

Sahat Sahala Tua Saragih mengatakan dalam artikelnya, “Wawancara dalam Konteks Jurnalisme” yang disampaikan sebagai materi kuliah Wawancara Fikom Unpad tahun 2009, bahwa pada dasarnya manusia memiliki naluri untuk tahu dan untuk diberi tahu. Hal inilah yang menjadi sebuah alasan kuat yang dapat menjelaskan pendapat bahwa setiap kita adalah jurnalis. Dalam perkembangannya, fenomena ini kemudian disebut orang sebagai *Citizen Journalism*.

Pada dasarnya, tidak ada yang berubah dari kegiatan jurnalisme yang didefinisikan seputar aktivitas mengumpulkan, mengolah, dan menyebarkan berita. *Citizen journalism* pada dasarnya melibatkan kegiatan seperti itu. Hanya saja, kalau dalam pemaknaan jurnalisme konvensional (tiba-tiba saja menjadi jurnalisme *old school* setelah *citizen journalism* muncul), yang melakukan aktivitas tersebut adalah wartawan, kini publik juga bisa ikut serta melakukan hal-hal yang biasa dilakukan wartawan di lembaga media.

Literasi Media Berita Pandemi PRFM

107.5 News Channel

Mengatasi jangkauan siaran ke khalayak, PRFM melakukan konvergensi dengan mengembangkan media *online* dan saluran komunikasi dengan khalayak melalui media sosial. Media sosial yang dikembangkan, yakni facebook, twitter, dan Instagram. Media sosial tersebut efektif untuk menjangkau informasi dari warga terkait pemberitaan Covid-19 yang menjadi bahan berita di PRFM.

Karena itu, pihak manajemen memiliki rencana jika masa pandemic usai, maka program-program citizen journalism dan literasi media ini akan tetap diselenggarakan. Seperti diungkapkan key informan 1:

Key informan 1: “Kami akan terus mengingatkan warga tentang pentingnya proses hal ini dilakukan agar kasus covid-19 tidak meningkat kembali. Sebab, tugas media untuk mencerdaskan masyarakat harus tetap berlanjut. Karena kita tidak tahu apa isu atau kondisi yang akan terjadi dikemudian hari.”

Berita-berita seputar pandemi tersebut terus di-update oleh PRFM melalui media sosial. Tidak itu saja, media sosial pun kini sudah memberikan nilai tukar bagi para pengiklan. Dengan jumlah *follower* yang relatif tinggi, menjadi bagian komoditas PRFM untuk pengiklan.

Tentu saja, ruang iklan menjadi lebih besar melalui sistem *bandling* atau satu iklan ditempat berbeda-beda. Atau sebaliknya, iklan hanya di memilih satu media saja,

Seperti disebutkan Jennifer Alejandro (2010; 7) bahwa teknologi media baru tidak hanya memiliki efek serius karena dampaknya pada jurnalisme yang mapan. Cara sebagian besar media publik dan komersial berubah lebih penting daripada munculnya jurnalisme warga atau blogosfer independen.

Multi-platform yang dikembangkan PRFM mengubah merupakan bagian dari upaya menjangkau siaran radio. Selain media sosial, PRFM juga membuka *live streaming*. Mediamorfosis yang dilakukan PRFM terbilang efektif untuk mempertahankan eksistensi radio, diantara khalayak dan pengiklan.

Spasialisasi berhubungan dengan proses pengatasan atau paling tepat dikatakan sebagai transformasi batasan ruang dan waktu dalam kehidupan sosial. Berita tak lagi produksi organisasi media dengan distribusi karya para pekerja media. Teknologi telah mengubah batas ruang dan waktu, dimana warga di titik peristiwa dapat melaporkan melalui saluran komunikasi yang dibangun PRFM.

Bangunan tersebut melalui media sosial, yakni facebook, twitter, dan Instagram.

Giddens (1999) menyebutkan revolusi di bidang teknologi informasi dan telekomunikasi menyebabkan “distansi ruang-waktu” (*time-space distancition*) sekaligus “pemadatan ruang-waktu (*time-space compression*) sehingga merobohkan batas-batas ruang dan waktu konvensional (Ibrahim & Ali, 2014: 92).

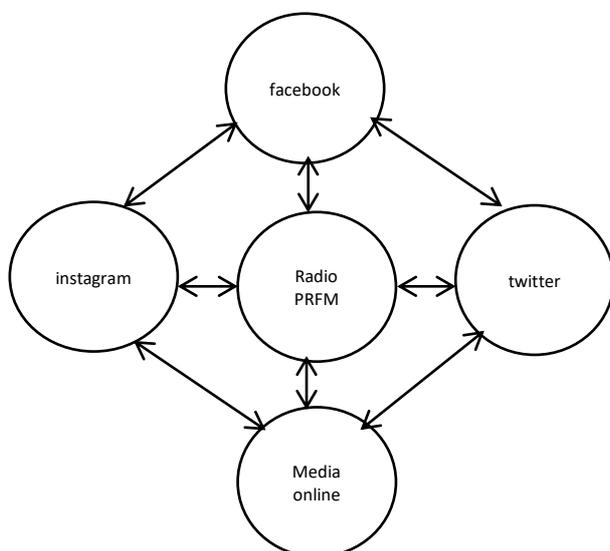


Diagram 1. Spasialisasi Radio PRFM

Diagram 1 menunjukkan radio PRFM tidak lagi berkuat pada media konvensional melalui frekwensi radio. Upaya menjangkau khalayak, menstimuli informasi warga, dan mempromosikan eksistensi radio PRFM, melakukan mediamorfosis melalui media sosial, yakni Facebook, Twitter, Instagram, dan PRFM Online.

Dalam konteks literasi media, apakah PRFM juga konsen terhadap upaya update pengetahuan para penyiar/jurnalis untuk selalu memberikan informasi yang benar? Berikut kutipan wawancara dengan GM PRFM:

Key informan 1: Secara berkala kami melakukan diskusi baik secara langsung dan daring seputar kebijakan redaksi tentang covid-19. Terutama mencoba menyederhanakan bahasa istilah-istilah yang digunakan oleh pemerintah mulai dari New Normal, Adaptasi Kebiasaan baru hingga istilah-istilah lainnya agar mudah dipahami masyarakat.

Pernyataan di atas tersebut semakin menguatkan bahwa PRFM akan terus menjadi radio nomor satu yang benar-benar menerapkan konsep citizen journalism. Salah satunya dengan cara terus melakukan *update* pengetahuan kepada setiap kru terkait setiap fenomena virus yang mungkin akan kembali mendera.

SIMPULAN

Peran media massa ataupun komunikasi massa memiliki letak yang strategis dalam menangani berbagai persoalan yang timbul dalam kehidupan manusia. Pemanfaatan media massa yang baik, semakin membuka peluang dalam hal penyelesaian permasalahan yang timbul. Bahkan, permasalahan-

permasalahan tersebut bukan sekadar masalah sederhana, melainkan permasalahan yang timbul dan melibatkan orang banyak seperti pandemi Covid-19 ini. Untuk itu, diperlukan jalinan komunikasi dan pemanfaatan media massa guna memberikan edukasi secara berkesinambungan terhadap masyarakat luas.

PRFM menjadi salah satu media massa radio yang ikut memberitakan pandemi secara benar. Penelitian ini, masih sebatas membahas persoalan peran komunikasi massa dalam menanggapi pandemi Covid-19, dengan membahas seputar media massa dan konstruksi sosial yang berpotensi mengalami perubahan akibat dampak dari persoalan global yang ditimbulkan oleh Covid-19 ini. Guna mengembangkan pengetahuan, dapat dikaji lebih detail peranan media massa dalam menanggapi pandemic Covid-19, bisa dikaji dalam sisi edukasi, komunikasi, tatanan sosial dan bahasan-bahasan lainnya yang berkaitan dengan dampak Covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

- Applefield, James. M; Huber, Richard ; Moallem, M. (2011). CONSTRUCTIVISM IN THEORY AND PRACTICE: TOWARD A BETTER UNDERSTANDING. In *The University of North Carolina at Wilmington*.
<http://people.uncw.edu/huberr/constructionism.pdf>
- Arni, M. (2011). *Komunikasi Organisasi* (1th ed). Bumi Aksara.
<http://ailis.lib.unair.ac.id/opac/detail-opac?id=37703>
- Cangara, H. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Revisi). Raja Grafindo Persada.
<https://www.rajagrafindo.co.id/produk/pengantar-ilmu-komunikasi/>
- Mashabi, S. (2020). Pakar: Pandemi Covid-19 di RI Tak Akan Selesai dalam Waktu Dekat. *Kompas*.
<https://nasional.kompas.com/read/2020/05/06/16103241/pakar-epidemi-covid-19-di-ri-tak-akan-selesai-dalam-waktu-dekat>
- McQuail, D. (1996). *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (A. Dharma, Agus; Ram (ed.); 2nd ed.). Erlangga.
<https://lib.ui.ac.id/detail?id=20128929&lokasi=lokal>
- Mendayun, Irianti; Sjachro, D. W. (2018). Efek Komunikasi Massa Program Citizen Report Di Radio PRFM Bandung. *Kajian Jurnalisme*, 2(1).
<https://doi.org/10.24198/kj.v2i1.21320>
- Sugiyono, S. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
<http://ailis.lib.unair.ac.id/opac/detail-opac?id=70881>
- Syaipudin, L. (2020). Peran Komunikasi Massa di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Kabupaten Tulungagung). *Kalijaga*, 2(1), 14.
<https://123dok.com/document/z1525ppy-peran-komunikasi-tengah-pandemi-percepatan-penanganan-kabupaten-tulungagung.html>
- Yosal, I. (2009). *Literasi Media: Apa, Mengapa, Bagaimana* (1st ed.). Simbiosia Rekatama Media.
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOp>

ac.aspx?id=655000