

## RADIO: SEBUAH TINJAUAN MEDIA KOMUNIKASI MASSA DAN PENGARUHNYA TERHADAP MASYARAKAT DUNIA DI ABAD KE-20

**Angga Priatna**

Program Studi Penerbitan, Politeknik Negeri Media Kreatif

Korespondensi: Jalan Srengseng Sawah, Jagakarsa, Jakarta Selatan

Surel: [angga@polimedia.ac.id](mailto:angga@polimedia.ac.id)

---

### INFO ARTIKEL

---

#### **Sejarah Artikel:**

Diterima: 07/04/2022

Direvisi: 03/05/2022

Dipublikasi: 31/05/2022

---

e-ISSN: 2721-0995

p-ISSN: 2721-9046

---

#### **Kata Kunci:**

Radio,  
Media Elektronik,  
Audio,  
Musik,  
Berita,  
Informasi

#### **Keywords:**

Radio,  
Electronic Media,  
Audio,  
Music,  
News,  
Information

**ABSTRAK Radio: Sebuah Tinjauan Media Komunikasi Massa dan Pengaruhnya Terhadap Masyarakat Dunia di Abad Ke-20.** Jika membicarakan radio, pikiran kita mungkin akan tertuju pada media elektronik berbasis audio yang memutar musik kesukaan atau berita hangat yang sedang terjadi hari ini. Disadari atau tidak, siaran tersebut selanjutnya bisa jadi bahan obrolan kita dengan keluarga atau kerabat. Mahalnya harga minyak goreng atau informasi kenaikan harga pertalite, obrolan-obrolan "receh" di warung kopi hingga kafe-kafe mahal bisa saja berlanjut pada demonstrasi mahasiswa, atau pembentukan komunitas tertentu karena memiliki kesamaan tujuan. Itulah radio, meskipun saat ini posisinya telah tergantikan oleh vlog, tiktok, atau siniar di Youtube, tetapi setidaknya kita masih merasakan eksistensinya, sekalipun di pos-pos ronda keamanan lingkungan atau di dalam kendaraan yang memutar audio tape.

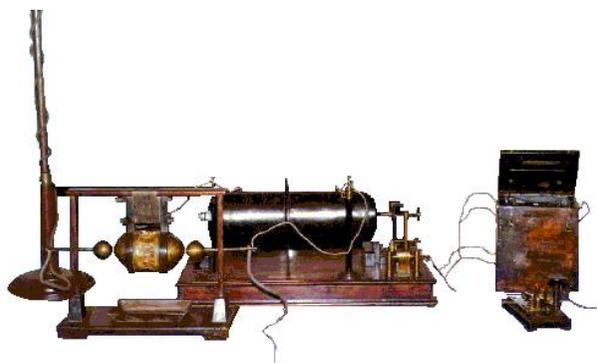
**ABSTRACT Radio: An Overview of Mass Communication Media and its Effect on World Society the 20<sup>th</sup> Century** *If we talk about radio, our minds are probably will be focused on audio-based electronic media that plays favorite music or hot news was happening today. Whether we realize or not, these broadcasts maybe can we take to talk with family or friends. Such as high price of cooking oil, or information about price of pertalite. Our chats in the cheap coffee shops untill to expensive coffee shops maybe it could be the cause of student demonstrations, or the formed communities because they have a common goal. That is radio, although nowadays it has been replaced by vlogs, tiktok, or podcasts on youtube, but at least we feel its existence, even at environmental security posts or in vehicles playing audio tapes.*

## PENDAHULUAN

Kita mengenal abad adalah rentang masa yang berlangsung selama 100 tahun dan abad ke-20 adalah rentang masa yang berlangsung sejak tahun 1901 hingga tahun 2000. Abad ke-20 hadir dengan diiringi semangat revolusi industri ketiga yang telah hadir sebelumnya, sebagaimana yang tertulis di situs [manufacturingdata.io](http://manufacturingdata.io). Revolusi industri ketiga telah berlangsung sejak akhir abad ke-19. Revolusi ini ditandai dengan meluasnya penyebaran perangkat elektronik, yakni perangkat yang menggunakan energi listrik dan bersifat otomatis, atau tidak menggunakan tenaga manusia sebagai dasarnya. Pada masa-masa ini muncul nama-nama besar para ilmuwan yang mendalami bidang kelistrikan, di antaranya adalah Heinrich Rudolf Hertz, Nikola Tesla, dan Guglielmo Marconi. Marconi, yang jika penemuannya sudah ada di masa perang Marathonas, maka Pheidippides sang Prajurit Yunani pun tidak perlu berlari sejauh 240 km untuk mengabarkan kemenangan bangsanya atas Persia.

Penemuan tersebut bernama radio, sebuah penemuan yang juga menjadi sebab terselamatkannya 700 orang penumpang RMS Titanic, sebuah kapal yang digadang-gadang tidak bisa tenggelam itu, nyatanya tenggelam setelah menabrak gunung es pada 1912. Saat itu salah seorang kru kapal sempat mengirimkan sinyal darurat lewat radio pemancar Marconi dan diterima oleh RMS Carpathia yang sedang melintas di Samudra Atlantik, dengan kecepatan penuh, Carpathia mengangkut penumpang Titanic yang masih bisa diselamatkan.

Sebelum berbicara tentang radio, rasanya tidak lengkap jika tidak mengulas tentang penemunya terlebih dahulu. Berdasarkan buku *"Cutting edge radio"*, pada 1897 seorang insinyur elektronik berkebangsaan Italia yang bernama Guglielmo Marconi telah membuat sebuah peristiwa besar bagi masyarakat dunia, pemancar yang ia buat dari gulungan atau kumparan berhasil mengirimkan sinyal melintasi kebun milik ayahnya (Aitchison: 2003). Pada 12 Desember 1901 pemancar yang telah ia kembangkan mampu mengirim sinyal melintasi wilayah Samudra Atlantik sejauh 2000 mil. Hal ini mematahkan asumsi masyarakat luas bahwa gelombang radio tidak akan mampu melewati jarak 200 mil karena garis lengkung bumi yang bulat akan mematahkan sinyal radio (ool.co.uk: 2018).



**Gambar 1.** Instrumen Pemancar Marconi.

Sumber gambar: <https://arteventinews.it>

## TINJAUAN PUSTAKA

### Definisi dan Karakteristik Komunikasi Massa

Mengutip dari situs merriam-webster.com, "*Radio (noun) is the wireless transmission and reception of electric impulses or signals by means of electromagnetic waves*". Artinya radio adalah pemancar (transmisi) tanpa kabel dan penerima sinyal listrik melalui gelombang elektromagnetik. Pemancar berfungsi untuk mengirim pesan, penerima atau receiver berfungsi untuk menerima pesan, dengan demikian radio tergolong ke dalam jenis komunikasi sekunder, yaitu komunikasi yang tidak dilakukan secara langsung, melainkan harus dengan bantuan alat yang menjadi perantara.

Gerbner, seorang jurnalis dan profesor komunikasi kelahiran Hungaria-Amerika mendefinisikan komunikasi massa "*...the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*" (Rahmat: 2007). Sebagai satu teknologi komunikasi yang bersifat kelembagaan yang memiliki produksi dan distribusi pesan yang disiarkan secara berkesinambungan, maka radio bisa digolongkan ke dalam jenis komunikasi massa.

Sejalan dengan pendapat Gerbner, dalam buku yang berjudul *Communication Theories* (Severin & Tankard:1979) mengemukakan tentang tiga karakteristik komunikasi massa di antaranya:

1. *The audience is large.*

Sebuah komunikasi massa harus memiliki audiens yang besar. Dicontohkan dalam buku tersebut, pada 1969 Apollo 11 melakukan pendaratan di bulan dan hal ini disaksikan oleh 528 juta orang di seluruh dunia melalui saluran televisi dan juga radio.

2. *The source is an institution or organization.*

Komunikasi massa secara umum bersumber dari satu institusi kelembagaan atau organisasi. Meskipun tidak menutup kemungkinan komunikasi massa yang dilakukan secara personal bisa menjangkau khayalak luas, tetapi secara umum proses yang sering terjadi melibatkan sekelompok orang yang bekerja secara bersama-sama.

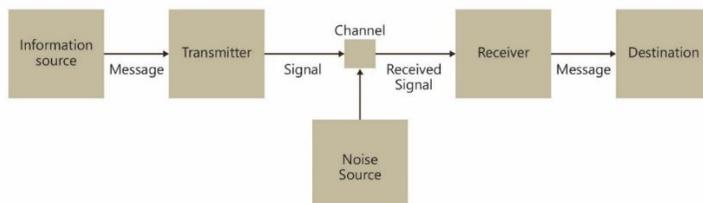
3. *Some kind of mechanism is used to produce messages.*

Pesan yang diproduksi melalui mekanisme tertentu, penggunaan sistem alat atau teknologi untuk menghasilkan pesan, misalnya dapat dijumpai pada mesin cetak untuk membuat koran.

Sebagai instrumen komunikasi massa, jika kita mengambil teori Gerbner, Werner J. Severin, dan James W. Tankard, maka radio memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Bersumber dari lembaga tertentu, misalnya instansi pemerintah atau swasta. Di Indonesia kita mengenal nama RRI (Radio Republik Indonesia) sebagai stasiun radio negara, prambors sebagai stasiun radio swasta, dan pada 2019 diresmikan Airmen FM sebagai stasiun radio TNI Angkatan Udara.
2. Memproduksi pesan yang disiarkan secara berkesinambungan mengikuti kebutuhan masyarakat atau industri. Radio Pemberontakan yang bermarkas di Surabaya merupakan radio perjuangan untuk menyiarkan kabar-kabar tentang kemerdekaan dan perlawanan.
3. Memiliki audiens yang luas dengan jangkauan yang luas. NIROM, stasiun radio milik pemerintah Hindia Belanda memiliki jangkauan ke daerah-daerah pendudukan untuk mensosialisasikan kebijakan pemerintah kolonial dan menyiarkan lagu hiburan rakyat.
4. Menggunakan teknologi atau sistem alat tertentu, yaitu menara pemancar untuk mengirim gelombang elektromagnetik dan diterima oleh *receiver* atau penerima sinyal radio.

### Proses Komunikasi Massa pada Radio



**Gambar 2.** Skema Komunikasi Shannon dan Weaver.

Model skema komunikasi Shannon dan Warren Weaver (*The Mathematical Theory of Communication*: 1949) menggambarkan bagaimana satu proses komunikasi massa berlangsung. Sumber informasi (*information source*) berasal dari gagasan subjek atau institusi yang menyampaikan pesan (*message*) dalam bentuk suara, himbauan, atau ajakan yang diteruskan oleh pemancar (*transmitter*). Pemancar mengirim dalam bentuk sinyal (*signal*) tertentu, misalnya dalam bentuk ucapan vokal, kemudian dipancarkan melalui udara dalam saluran (*channel*) tertentu. Pada titik ini, disebut oleh keduanya sebagai titik yang rentan dengan sumber gangguan atau kebisingan, lalu sinyal diterima oleh *receiver* yang merekonstruksi sinyal menjadi pesan, dan berakhir pada tujuan (*destination*).

### METODE

Objek yang diambil sebagai bahan penulisan adalah radio, dengan meninjau pengaruhnya terhadap masyarakat global pada abad ke-21. Penulis menggunakan studi pustaka sebagai metode penelitian karena cara ini dianggap penulis relevan untuk menghimpun data dari sumber-sumber yang dianggap valid dan sesuai dengan bentuk tinjauan. Keseluruhan sumber bacaan yang diambil bisa dilihat pada bagian daftar pustaka, sedangkan untuk nama tema sumber tulisan tersusun sebagai berikut:

**Tabel 1.** Tema dan Subtema yang Diambil dari Kepustakaan

Tema	Subtema
Umum	Revolusi Industri ke-3
Komunikasi Massa	Definisi, Karakteristik, Model Skema
Pembahasan	Guglielmo Marconi, Fenomena " <i>The War of the Worlds</i> ", Radio sebagai media komersial, propaganda, dan sumber informasi.

Selain menggunakan sumber pustaka, penulis juga melakukan jajak pendapat. Jajak pendapat dilakukan pada 19 responden secara acak dengan rentang usia responden 20 hingga 41 tahun. Jajak pendapat dilakukan untuk mengetahui seberapa sering responden mendengar radio karena saat ini media informasi dan hiburan dapat diakses secara mudah dengan menggunakan teknologi internet. Dari hasil jajak pendapat diketahui 14 responden kadang-kadang mendengar radio, tiga orang sering mendengar, dan dua orang tidak pernah mendengar radio.



**Gambar 3.** Hasil jajak pendapat kepada 19 responden.

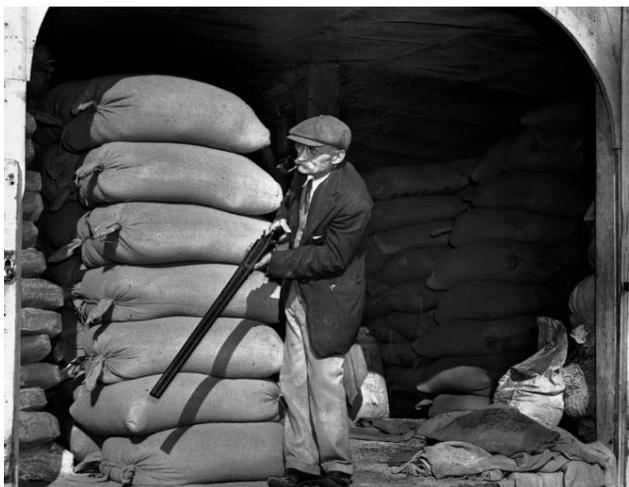


**Gambar 4.** Hasil jajak pendapat kepada 16 responden yang mendengar radio.

Dari 16 responden yang mendengar siaran radio, 10 orang menyukai tema musik, 4 orang menyukai tema religi, 1 orang menyukai tema berita, dan 1 orang menyukai tema pengalaman hidup. Dengan demikian, dapat disimpulkan sebagian besar orang yang dijadikan responden kadang-kadang menggunakan radio untuk mendengar musik.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dilansir dari Smithsonian Magazine, pagi hari, 31 Oktober 1938 mungkin menjadi hari yang tidak bisa dilupakan bagi Orson Welles (1915—1985), ia mendapati pertunjukan drama radio berdurasi 60 menit yang ia siarkan pada hari sebelumnya telah menimbulkan kepanikan luar biasa bagi penduduk Kota New Jersey, Amerika Serikat. Kantor kepolisian New Jersey disibukkan dengan sambungan telepon dan laporan pengaduan yang berisi kepanikan luar biasa dari warga masyarakat. Sumber kecemasan tersebut adalah berita penyerbuan alien dari Planet Mars yang melakukan invasi besar-besaran di seluruh dunia. Saat itu, bukan hanya New Jersey, tetapi Amerika Serikat juga didera histeria massal.



**Gambar 3.** *William Dock, 76 tahun, dengan bersenjatakan senapan sedang bersiap-siap menanti kedatangan alien yang dipercaya akan mendarat di Grovers Mill, New Jersey.*

*Sumber gambar: [www.communitynews.org](http://www.communitynews.org)*

Berita tersebut tentu saja tidak benar, biang segala kepanikan tersebut sebetulnya adalah pertunjukan drama radio yang disiarkan Orson Welles bersama *Mercury Theatre on the Air*. Ia mengalihwahanakan novel *best seller* terbitan 1898 karya novelis terkenal Inggris Herbert George Wells yang berjudul "*The War of the Worlds*". Begitu menyadari bahwa siaran tersebut bukanlah berita nyata, melainkan hanya satu produksi cerita drama radio, seketika itu juga muncul reaksi kemarahan dan kecemasan dari masyarakat. Ada surat kabar nasional yang menulis atas apa yang dilakukan oleh Orson Welles sebagai bentuk "penipuan yang

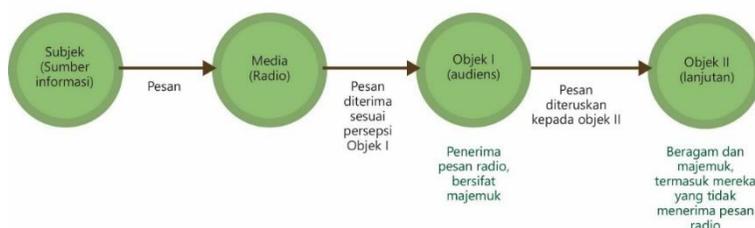
kejam". Kasus ini berbuntut panjang hingga ke meja pengadilan. Namun belakangan, karena peristiwa ini nama Orson Welles semakin dikenal luas oleh masyarakat dunia dan ia dinobatkan sebagai salah satu aktor drama radio Amerika Serikat terbesar sepanjang masa.



**Gambar 4.** Monumen pendaratan alien di Grovers Mill, New Jersey, memori kegaduhan drama radio "The War of the Worlds".

Sumber gambar: <https://www.wellesnet.com/>

Berdasarkan pada kasus di atas, meskipun terdapat sejumlah perbedaan dengan novel aslinya (misalnya perbedaan nama tempat, Wells menyebut New Jersey sebagai salah satu tempat invasi alien) dan ditambah kepiawaian Wells dalam menyampaikan cerita, kita dapat melihat besarnya pengaruh radio pada masa itu dalam menyampaikan pesan. Jika kita mengambil lingkup Kota New Jersey sebagai kota yang menjadi objek penerima pesan dengan mengasumsikan warga kota New Jersey ada yang tidak memiliki radio atau tidak ikut mendengar pada saat penayangannya, maka pada saat mengudara siaran tersebut mungkin hanya didengar oleh sebagian penduduk kota, tetapi penalaran audiens sebagai objek yang menerima pesan (fiksi ilmiah yang dianggap sebagai sebuah kenyataan) menimbulkan reaksi tertentu, dan akhirnya reaksi tersebut berlanjut pada penyebaran pesan lanjutan ke objek lainnya yang jumlahnya lebih banyak, termasuk mereka yang tidak memiliki radio dan tidak ikut mendengar pada saat mengudara. Rantai penyebaran komunikasi seperti ini pada akhirnya berpotensi menjangkau seluruh kota New Jersey, dan menyebar ke kota terdekat seperti Delaware, Pennsylvania, atau New York.



**Gambar 5.** Proses penerimaan pesan melalui radio berdasarkan contoh kasus Orson Wells.

Meminjam istilah dalam skema Shannon dan Weaver, "*sumber informasi*" adalah orang yang memproduksi pesan yang akan disampaikan melalui media radio. Pesan ini berbentuk ucapan yang bisa diiringi dengan musik atau suara tertentu sebagai latar. Radio berperan sebagai medium pembawa pesan kepada objek I, pada tahap ini pesan yang diterima akan dipahami berdasarkan persepsi penerima, bisa berbentuk simpati ataupun penolakan. Objek I adalah orang yang menerima pesan dari radio secara langsung dan akan meneruskan pesan tersebut pada objek II atau lanjutan. Objek II adalah beberapa orang yang menerima pesan dari objek I. Di antara mereka ada yang pernah mendengar dari radio secara langsung dan ada juga yang tidak, hingga akhirnya pesan tersebut menyebar luas atau dengan kata lain disebut viral. Pesan ini bersifat *irreversible* atau tidak dapat ditarik kembali. Reaksi kepanikan masyarakat pada contoh di atas menunjukkan kemampuan radio dalam memengaruhi masyarakat pada abad ke-20.

### 1. Radio sebagai Media Komersial

Dipaparkan oleh Jim Aitchinson, stasiun udara komersial yang pertama kali berdiri adalah KDKA Pittsburgh. Pada 1920 stasiun tersebut menyiarkan secara langsung pemilihan presiden Amerika Serikat dan memberitakan terpilihnya Warren G. Harding dari Partai Republik sebagai Presiden Amerika Serikat ke-29. Kehadiran radio dianggap penting dan menguntungkan bagi para pelaku industri, karena mampu mengirim pesan lebih cepat daripada surat kabar. Dalam tempo dua tahun kemudian, setidaknya sudah ada 560 stasiun udara berdiri di Amerika Serikat, arus informasi pada saat itu semakin tumbuh berkembang.

Kehadiran radio membutuhkan dana operasional, sebaliknya para pelaku usaha pun ingin memasarkan produknya. Untuk kali pertama, Peet, sebuah perusahaan manufaktur di

bidang sanitasi memasarkan produknya lewat stasiun radio komersial. Colgate-Palmolive produk sabun dari perusahaan tersebut menjadi sponsor utama yang diiklankan secara musikal oleh dua orang musisi terkenal, Paul Oliver dan Olive Palmer. Hal ini menandai dimulainya era periklanan radio dan menjadi masa emas bagi para pelaku periklanan radio, dari sini pula kita mengenal istilah opera sabun (*soap opera*), yaitu drama radio yang disponsori oleh Colgate-Palmolive pada 1932 (Aitchison, 2003).



**Gambar 6.** Produk sabun colgate-palmolive yang menjadi sponsor pertama radio komersial.

Sumber gambar: [worthpoint.com](http://worthpoint.com)

Di antara ratusan stasiun radio yang berdiri di Amerika Serikat, satu stasiun radio yang paling mendominasi saat itu adalah *National Broadcasting Company* atau NBC. David Sarnoff, presiden NBC yang dikenal sebagai perintis jaringan radio dan televisi di Amerika di masa mudanya pernah bekerja sebagai operator telegraf di stasiun transmisi Marconi. Ia dikenal masyarakat sebagai orang yang berjasa me-*relay* pesan dari RMS Titanic yang tenggelam di Lautan Atlantik. Saat itu, ia usianya baru 21 tahun, tetapi ia sangat piawai dalam membaca pesan telegraf. Pesan "*RMS TITANIC RAN INTO ICEBERG. SINKING FAST*" segera ia laporkan kepada pihak kepolisian dan pers. Selanjutnya, selama 72 jam ia bekerja keras membaca tiap sinyal titik-titik yang dikirim oleh kapal penyelamat agar bisa diinformasikan kepada publik. Untuk memudahkan Sarnoff dalam membaca sinyal, William Howard Taft, Presiden Amerika Serikat saat itu bahkan turun tangan memerintahkan semua stasiun radio untuk mematikan sinyalnya.



**Gambar 7.** Hotel Savoy London, saksi bisu perkembangan dan revolusi musik

Sumber gambar: [blog.bridgemanimages.com/](http://blog.bridgemanimages.com/)

Di Inggris, stasiun radio yang mendominasi adalah *British Broadcasting Company* atau BBC yang mulai mengudara dari atas Hotel Savoy pada 1923. Ada yang menarik tentang Hotel Savoy, hotel bernuansa *art deco* yang dibangun oleh Richard D'Oyly Carte, seorang komposer musik itu memang sering menjadi tempat pertemuan para selebritis dan pesohor dunia. Dilengkapi dengan ruang dansa dan pertunjukan, hotel ini sering mengundang para pemusik terkenal untuk bermain. Tercatat grup musik The Beatles, Bob Dylan, dan Louis Armstrong juga pernah bernyanyi di sini (historichotels.org: 2011).

Melalui Hotel Savoy, BBC menampilkan revolusi di dunia musik dengan cara mengundang penyanyi terkenal untuk bernyanyi secara *live* dengan menggunakan *single microphone*. Sebelumnya, para penyanyi hanya bisa didengar di gedung-gedung pertunjukan dengan penonton yang juga terbatas. Cara ini terbilang revolusioner, karena mampu menjangkau cakupan penonton yang lebih banyak, musik disiarkan secara *live* melalui radio, sehingga siapa pun bisa mendengar penyanyi kesayangannya tanpa harus membeli tiket pertunjukan. Peristiwa ini juga yang memulai periode gerakan *pop-art* di industri musik yang mana seni bisa diproduksi dan direproduksi secara murah dengan jangkauan yang luas dan dinikmati orang banyak.

## **2. Radio sebagai Media Propaganda: Contoh Kasus Penyebaran Doktrin NAZI di Jerman**

Mengutip katadata.co.id, propaganda adalah istilah yang identik dengan proses kekuasaan, yang dimaknai sebagai suatu jenis komunikasi yang bertujuan untuk memengaruhi pandangan serta reaksi, tanpa memedulikan tentang nilai benar atau tidak benarnya pesan yang akan disampaikan. Propaganda berusaha untuk meyakinkan pendapat-pendapat tanpa perlu mengemukakan alasan-alasan terkait (Katadata: 2022).

Dari kutipan di atas, dapat dipahami bahwa cara-cara yang dilakukan dalam sebuah aksi propaganda bisa dilakukan dengan cara yang nonrasional, intimidatif, tidak sesuai dengan fakta yang terjadi, dan tidak perlu mengindahkan mana yang benar atau yang salah, yang penting adalah mengintegrasikan masyarakat ke arah yang diinginkan oleh pembuat pesan. Jika dikembalikan pada pendapat Gerbner mengenai komunikasi massa, seorang propagandis (orang yang melakukan propaganda) lazimnya berasal dari institusi atau lembaga tertentu, melakukan propaganda secara berkesinambungan, dengan menggunakan radio sebagai instrumen teknologi komunikasi. Cara ini pernah dilakukan oleh Joseph Goebbels, seorang menteri propaganda NAZI yang berkuasa pada 1933—1945.



**Gambar 8.** *Volksempfänger mesin propaganda NAZI.*

*Sumber gambar: <https://daily.jstor.org/>*

Berdasarkan Jstor Daily yang ditulis oleh Alison C. Meier pada 1930, demam radio sudah sampai ke Jerman, semua orang menginginkan radio termasuk orang-orang

dari kelas menengah ke bawah dan yang tinggal di pedesaan, mereka pun ingin menghadirkan hiburan ke rumah-rumahnya, sebelumnya hiburan seperti ini hanya bisa dinikmati oleh golongan menengah ke atas. Saat itu para pendukung NAZI mungkin tidak sebanyak dibandingkan saat Hitler menjadi *fuhrer* yang berkuasa penuh atas Jerman. Goebbels melihat keinginan masyarakat sebagai kesempatan emas untuk meraih simpati dan mendoktrin mereka dengan paham NAZI. Dengan segera, *Volksempfänger* sebuah instrumen penerima sinyal yang berasal dari bahan murah atau berhasil dipasarkan.

Radio rakyat *Volksempfänger* menjangkau desa-desa yang telah teraliri arus listrik, pelaku industri meraup untung karena volume penjualannya yang terus meningkat. Menurut Adelheid Von Saldern dari *Journal of Modern History*, saat NAZI berhasil mengambil kontrol penuh atas organisasi radio Jerman, stasiun berita yang dianggap sebagai "musuh" dihancurkan, berita dari luar negeri seperti BBC dan NBC diblokir, jika menentang bisa dihukum mati, masyarakat mulai didoktrin dengan pidato Hitler. Setiap hari masyarakat mendengar janji, retorika, dan harapan Hitler yang diiringi dengan musik teatrikal. Jutaan pemuda Jerman dengan sukarela menyatakan kesetiaannya kepada NAZI. NAZI mendapat simpati di hati hampir seluruh rakyat Jerman saat itu.

Sebagai pihak yang dominan, Hitler menunjukkan legitimasi kekuasaannya kepada masyarakat Jerman dengan suara yang lantang dan berapi-api saat berpidato. Pengeras suara dan *track* komposer klasik *Richard Wegner* semakin menambah kesan heroik, pidatonya terdengar di tiap-tiap rumah penduduk melalui *Volksempfänger* yang ditaruh di lemari atau meja. Dari Majalah *Blank* terbitan 2003, Felix Guatari seorang pakar psikoanalisa menjelaskan hasrat manusia sebagai *audiens* mengalami produksi dan reproduksi lewat alam bawah sadar (perasaan, keinginan, pikiran yang memengaruhi perilaku manusia) dan mengalami tekanan secara berulang-ulang di radio. Bentuk penekanan seperti ini pada akhirnya berpotensi memengaruhi seseorang untuk menjadi fanatik kepada idolanya. *Volksempfänger* adalah media propaganda NAZI yang sempurna.



**Gambar 9.** Penampilan Hitler saat berpidato yang disiarkan melalui Volksempfänger.

Sumber gambar: [technologyreview.com/](http://technologyreview.com/)

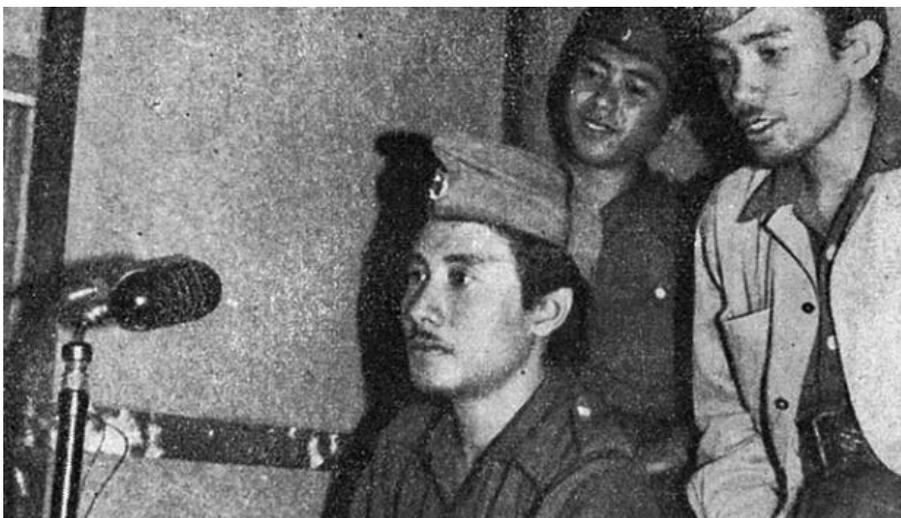
### **3. Radio sebagai Media Informasi: Contoh Kasus Perjuangan Kemerdekaan Indonesia**

Saat Indonesia masih bernama Hindia-Belanda, pemerintah kolonial yang berkuasa kala itu telah memiliki kantor berita radio yang bernama NIROM atau *Nederlandsch-Indische Radio-Omroep Maatschappij*. NIROM merupakan cikal bakal dari Radio Republik Indonesia (RRI), selain menyiarkan hiburan bagi masyarakat pribumi, NIROM juga berfungsi sebagai pusat informasi dan kontrol politik pemerintah kolonial Belanda, termasuk menyiarkan peristiwa penyerangan Angkatan Udara Jepang ke Pangkalan Pearl Harbour Amerika Serikat (RRI: 2022).

Saat Jepang memulai invasinya di Indonesia pada 1942, mereka menyita stasiun berita NIROM, dan mengalihkannya menjadi alat propaganda untuk merebut simpati rakyat Indonesia. Lagu Indonesia Raya yang dianggap sebagai representasi perjuangan kemerdekaan Indonesia diizinkan untuk diputar, tetapi tidak berlangsung lama, pemerintah Jepang kembali melarang pemutaran lagu Indonesia Raya dan melakukan kontrol ketat dalam penyiaran radio. Berita luar negeri, lagu-lagu berbahasa Belanda tidak diizinkan untuk diputar, hanya sandiwara radio dan siaran berita yang telah disensor yang boleh disiarkan saat itu, semuanya berisi propaganda Jepang, termasuk

kampanye 3A, Nippon Cahaya Asia, Nippon Pelindung Asia, Nippon Pemimpin Asia. Tidak heran, di awal kemunculannya banyak rakyat Indonesia yang menaruh simpati kepada tentara Jepang.

Sutan Syahrir, negarawan dan tokoh pemuda saat itu memiliki satu radio yang tidak tersegel oleh pemerintah Jepang. Lewat radio tersebut, Syahrir berhasil mendapat informasi tentang kekalahan Jepang di perang Asia Pasifik. Jepang menyerah tanpa syarat setelah Kota Hiroshima dan Nagasaki dibombardir oleh sekutu. Berita ini ia sampaikan kepada para pemuda, dan pada akhirnya para pemuda tersebut mendesak Ir. Soekarno dan Mohammad Hatta untuk secepatnya memproklamasikan kemerdekaan Indonesia.



**Gambar 10.** *Radio Pemberontakan, stasiun radio yang digunakan Bung Tomo di masa perlawanan terhadap agresi militer.*

*Sumber gambar: galamedianews.com*

Peristiwa heroik lainnya yang berkaitan dengan siaran radio adalah orasi Bung Tomo pada 9 November 1945. Saat itu Bung Tomo memiliki stasiun radio perjuangan yang pemancarnya masih meminjam dari RRI Surabaya. Bung Tomo menyebutnya sebagai Radio Pemberontakan. Stasiun ini menjadi corong perjuangan *arek-arek Suroboyo* untuk berjuang melawan penjajahan. Mewakili suara masyarakat Surabaya, Bung Tomo menolak ultimatum sekutu untuk menyerah, sekutu meminta menyerah setelah salah satu perwira tingginya, Brigjen Mallaby tewas tertembak oleh orang yang tidak dikenal. Saat itu orang-orang sudah berkerumun di tiap-tiap penerima sinyal yang

dihubungkan dengan pengeras suara untuk mendengar orasi tersebut. Aksi ini berhasil memantik semangat *arek-arek Suroboyo* untuk melakukan perlawanan terhadap Belanda melalui sekutu. Belanda ingin menguasai Indonesia kembali setelah Jepang menyerah.

Pada 10 November 1945, anak-anak, pemuda, bahkan orang tua turun ke jalan. Mereka tidak hanya berasal dari Surabaya, tetapi ada juga yang berasal dari Maluku, Bali, Sumatera, dan tempat lainnya untuk bertempur secara fisik. Dikabarkan korban jiwa dari pihak Republik Indonesia mencapai 16.000 orang dalam pertempuran yang berlangsung selama tiga minggu ini. Untuk mengenang peristiwa ini, pada 10 November diperingati sebagai hari pahlawan.

Dari dua contoh kasus di atas, radio sebagai media propaganda dan pusat informasi memiliki kesamaan dalam hal efektivitas, serta kemampuan untuk mengintegrasikan massa yang menjadi objek penerima pesan. Perbedaannya, aksi propaganda cenderung dilakukan oleh pihak yang dianggap dominan dan berisi pesan yang tidak sesuai dengan kenyataan, hanya berdasarkan asumsi untuk menggiring opini masyarakat. Sementara itu, pada media informasi, info yang diterima tidak harus dilakukan oleh orang yang dianggap dominan, pesan yang disampaikan pun dipercaya sebagai sebuah representasi mayoritas atau sesuai dengan kejadian sebenarnya.

**Tabel 2.** *Perbedaan Komunikasi Via Radio Saat Digunakan sebagai Media Propaganda dan Media Informasi*

	<b>Media Propaganda</b>	<b>Pusat Informasi</b>
<b>Sumber pesan</b>	Dikeluarkan oleh pihak yang dianggap dominan.  Contoh: Partai yang berkuasa atau pemerintah.	Tidak harus dikeluarkan oleh pihak yang dianggap dominan.  Contoh: Syahrir dan Bung Tomo sebagai pihak yang melakukan perlawanan terhadap dominasi kekuasaan.
<b>Isi pesan</b>	Pesan yang diproduksi tidak selalu sesuai dengan kenyataan	Pesan sesuai dengan peristiwa dan bisa berupa representasi dari jawaban mayoritas.

---

Contoh: Ras Arya sebagai ras paling utama, Nippon pemimpin Asia

Contoh: Berita kekalahan Jepang atas sekutu dan penolakan terhadap ultimatum penguasa.

---

## SIMPULAN

Tidak hanya sebagai media komunikasi massa, Radio juga telah menjadi ikon sejarah warisan revolusi industri ke-3. Kehadiran radio telah membawa banyak perubahan besar bagi kehidupan sosial masyarakat dunia. Sebagai instrumen komunikasi massa, radio dimanfaatkan secara komersial untuk hiburan dan mencari keuntungan. Sebagai pusat informasi di masa perang, radio digunakan untuk memobilisasi masa, pun di masa damai, radio digunakan untuk mendengar berita-berita aktual yang terjadi di belahan dunia. Sebagai alat propaganda, radio berperan untuk melakukan pembenaran atau legalitas dari sebuah aksi.

Dari radio lahirlah industri musik. Dari radio, pendengar mendapatkan informasi kemacetan ruas jalan tol atau hukum halal-haramnya satu perkara. Meskipun saat ini telah mencapai tahap revolusi industri ke-4 dan teknologi *smart product* yang semakin berkembang, tetapi nyatanya radio masih tetap dikonsumsi oleh sebagian orang, terutama bagi mereka yang lahir pada abad ke-20 yang pernah menjadi era keemasan radio.

## DAFTAR RUJUKAN

Aitchison, Jim. (2003). *Cutting Edge Radio*. Singapore: Prentice Hall.

Al-Amin, M. Irfan. (2022, Januari 27). "*Propaganda Adalah Bentuk Komunikasi yang Persuasif, Ini Penjelasannya*". Tersedia secara online di <https://katadata.co.id/safrezi/berita/61f2163d57e6f/propaganda-adalah-bentuk-komunikasi-yang-persuasif-ini-penjelasannya>. Diakses pada 23 April 2022 pukul 15.18 WIB.

Bates, Kathryn. (2021, Mei 21). "*Marconi's First Wireless Transmission*". Tersedia secara online di <https://www.ool.co.uk/blog/marconis-first-wireless-transmission/#:~:text=On%20the%2012th%20December%201901,the%20curvature%20of%20the%20earth>. Diakses pada 21 Februari 2022 pukul 13.27 WIB.

Damono, Sapardi Djoko. (2012). *Alih Wahana*. Jakarta: Editum.

Meier, Alison C. (2018, Agustus 30). "An Affordable Radio Brought Nazi Propaganda Home". Tersedia secara *online* di <https://daily.jstor.org/an-affordable-radio-brought-nazi-propaganda-home/>. Diakses pada 23 Maret 2022 pukul 17.20 WIB.

Sari, Amelia. (2021, November 9). "Radio Pemberontakan, Media Bung Tomo Memompa Semangat Arek-arek Suroboyo". Tersedia secara *online* di <https://nasional.tempo.co/read/1526634/radio-pemberontakan-media-bung-tomo-memompa-semangat-arek-arek-suroboyo/full&view=ok>. Diakses pada 23 April 2022 pukul 22.02 WIB.

Schwartz, A. Brad. (2015, Mei 6). "The Infamous 'War of the Worlds' Radio Broadcast Was a Magnificent Fluke". Tersedia secara *online* di <https://www.smithsonianmag.com/history/infamous-war-worlds-radio-broadcast-was-magnificent-fluke-180955180/>. Diakses pada 23 April 2022 pukul 08.51 WIB.

Severin, Werner J. and Tankard, Jr., James W. (1979). *Communication Theories*. New York: Hastings House Publishers.

Sulestyono, Eko. (2020, Agustus 16). "Sejarah Kekalahan Jepang Melalui Siaran Radio". Tersedia secara *online* di <https://rri.co.id/1539-humaniora/884326/sejarah-kekalahan-jepang-melalui-siaran-radio>. Diakses pada 23 April 2022 pukul 20.24 WIB.

Ward, Kimberley. (2019, Februari 18). "Timeline of Revolutions". Tersedia secara *online* di <https://manufacturingdata.io/newsroom/timeline-of-revolutions/#:~:text=The%20Third%20Industrial%20Revolution%2C%20or,the%20discovery%20of%20nuclear%20energy>. Diakses pada 21 Februari 2022 pukul 12.02 WIB.