

**Peran Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang sebagai Media Literasi dalam Menyuarakan Isu dan Informasi: Studi Kasus Program Bincang Indonesia Tiongkok**

**Eva Faujiah<sup>1</sup>, Lina Wati<sup>2</sup>, Riza Gusti Rahayu<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang

*2001030079@students.unis.ac.id<sup>1</sup>*

**ABSTRACT**

*This research aims to describe the role of Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang as a literacy media in voicing issues and information to the public. This study uses qualitative research methods using uses and gratifications theory to understand how audiences use radio as a source of information and entertainment, as well as how Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang operates as an information medium. Data was collected through in-depth interviews with radio listeners, observations, and conducting interviews with Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang. The research results show that Radio Bharata Bhaktinusa plays an important role in providing relevant and educational information, as well as helping to increase public literacy about social, cultural and political issues. Listening to the radio utilizes this media not only to get information, but also for entertainment. This research provides insight into the importance of radio as effective communication in disseminating information and building literacy in society in order to overcome hoax news.*

**Keywords : Information Media, Role of Media, Information.**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana peran Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang sebagai media literasi dalam menyuarakan isu dan informasi kepada masyarakat. Studi ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan teori uses and gratification untuk memahami bagaimana audiens menggunakan radio sebagai sumber informasi dan hiburan, serta bagaimana Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang dalam menjalankan perannya sebagai media informasi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pendengar radio, pengamatan, serta melakukan wawancara dengan pihak Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radio Bharata Bhaktinusa berperan penting dalam menyediakan informasi yang relevan dan edukatif, serta membantu meningkatkan literasi masyarakat tentang isu-isu sosial, budaya, dan politik. Pendengar radio memanfaatkan media ini tidak hanya untuk mendapatkan informasi, tetapi juga untuk hiburan. Penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya radio sebagai komunikasi yang efektif dalam menyebarkan informasi dan membangun literasi di masyarakat agar dapat menaggulangi berita hoaks.

**Kata kunci : Media Informasi, Peran Media, Informasi.**

**PENDAHULUAN**

Sebagai media informasi, radio berpengaruh besar terhadap perkembangan masyarakat setempat dalam berbagai aspek kehidupan. Memiliki nilai yang besar dalam menyajikan berita, karena meyakinkan radio bahwa masih merupakan saluran berita, dan tentunya terus mendapat tempat di kalangan semua pendengarnya (Dhamayanti, 2019). Tersedianya informasi baru mengenai suatu hal memberikan landasan intelektual baru dalam membentuk sikap terhadap hal tersebut. Pesan emosional yang dibawa oleh

informasi tersebut, jika cukup kuat, akan menjadi dasar evaluasi objek dan dengan demikian arah persepsi tertentu akan terwujud (Murtadha, 2018).

Kebutuhan akan informasi tidak bisa dipungkiri lagi bahwa informasi dan data merupakan kebutuhan dasar setiap orang dan kelompok. Namun pemberitaan yang tengah tersebar luas di lingkungan masyarakat tidak selamanya benar sesuai dengan fakta yang ada. Terkadang sejumlah masyarakat akan tertipu dengan adanya pemberitaan hoaks yang tengah ramai diperbincangkan di kalangan masyarakat. Berita palsu atau misinformasi yang mengandung informasi menyesatkan kini banyak tersebar di kalangan massa. Berita palsu yang tersebar luas dapat menggugah emosi komunikator, sehingga menyebabkan komunikator mempercayai informasi yang banyak beredar di masyarakat.

Berdasarkan hasil penelusuran di situs Kementerian Komunikasi dan Informatika, Pusat Intelijen (KIC), dan Kementerian Komunikasi dan Media (Kominfo), setidaknya masih banyak pihak yang memberikan peringatan kepada masyarakat tentang berita bohong. Antara 30% hingga hampir 60% penduduk Indonesia terpapar positif palsu. Faktanya, 11,9% responden survei mengaku menyebarkan berita palsu pada tahun 2021. Sementara itu, hanya 21% hingga 36% yang mampu menemukan kebohongan. Sekitar 88,1% dari responden menegaskan bahwa mereka tidak pernah menyebarkan informasi yang salah. Survei dilakukan pada tanggal 4 hingga 24 Oktober 2021 di 34 provinsi dan 514 kabupaten/kota di Indonesia. Kebohongan yang banyak tersebar mencakup informasi tentang politik, kesehatan, dan agama (Cahyadi, 2020)

Berdasarkan sumber data dalam laman Kemendikbud dan Kominfo, dalam mengatasi permasalahan data tersebut pemerintah sudah memiliki aturannya tersendiri terkait penyampaian informasi melalui media. Aturan tersebut telah dimuat pada UU ITE (Informasi dan Transaksi Elektronik). Dalam undang-undang tersebut kemungkinan dapat membantu mengantisipasi serta mengatasi penyebaran berita hoaks yang terjadi di masyarakat (Islami, 2017). Meskipun sudah ada undang-undang akan tetapi tetap saja berita hoaks tetap bertebaran di masyarakat.

Seperti adanya berita hoaks yang ramai diperbincangkan oleh masyarakat dengan munculnya berita terkait beredar harga tiket Timnas Indonesia melawan Timnas Argentina, berita ini ramai diperbincangkan pada tahun 2023. Antusias sejumlah masyarakat cukup menggemparkan dengan kedatangan Timnas Argentina ke Indonesia, yang artinya ini merupakan laga bersejarah untuk Argentina dan Indonesia. Sehingga terdapat oknum mengambil kesempatan dengan mengedarkan informasi hoaks harga tiket kunjungan musiman tersebut mulai dari Rp1,3 juta hingga Rp5,6 juta (Ibrahim, 2023)

Selain itu, kategori harga tiket tercantum dalam kategori 2, kategori 1 dan kategori VIP. Informasi tersebut terkesan sah dan kredibel karena di dalamnya terdapat kalimat "Pemesanan tiket bisa dilakukan melalui situs resmi PSSI". Tak hanya itu, banyak juga peringatan bagi penonton atau supporter Timnas Indonesia, seperti menghindari pembelian tiket melalui perantara, larangan menggunakan api, senjata tajam, dan bom asap. Pengumuman itu seolah disetujui PSSI dan orang-orang mempercayai informasi tersebut. Saat menyebarkan informasi tersebut, PSSI menggelar jumpa pers pada 24 Mei 2023 dan menyatakan bahwa informasi mengenai tiket pertandingan Timnas Argentina dan Timnas

Indonesia adalah informasi yang tidak benar karena PSSI tidak membeberkan harga tiket pertandingan tersebut. karena mereka menginginkan untuk tunggu dulu (Ibrahim, 2023).

Dari kejadian tersebut terlihat bahwa di dunia saat ini masih banyak masyarakat yang belum mengetahui dan tidak khawatir dengan munculnya berita palsu. Dampak buruk akibat informasi yang tidak sesuai dengan fakta disebabkan oleh sejumlah masyarakat minimnya kesadaran akan mengelola atau mengolah berita tersebut untuk dirinya sendiri. Oleh karena itu, media berperan penting dalam mengolah berita atau informasi yang banyak diperbincangkan warga, memastikan informasi yang disajikan kepada publik diterima warga sesuai dengan fakta yang ada (Ermawati & Sirajuddin, 2019).

Begitu pula dengan munculnya media massa Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang. Radio Bharata adalah radio siaran swasta nasional berbasis digital yang menyiarkan berita dan informasi terkini di berbagai bidang. Dalam bidang tersebut termasuk informasi ekonomi, politik, budaya, pariwisata, pendidikan, gaya hidup, dan berita-berita internasional yang di sajikan dengan gaya yang santai, mudah di cerna, namun secara profesional. Radio Bharata Bhaktinusa merupakan radio yang dikelola oleh swasta. Radio swasta, yang merupakan bagian penting dari sistem penyiaran di Indonesia, berperan dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Hal ini mencakup tuntutan masyarakat dan program yang dilaksanakan oleh Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang untuk mengatasi permasalahan lingkungan.

Dari data-data yang terdapat dalam program Batik dapat dipahami bahwa berperan besar dalam pengembangan informasi yang dikelola sesuai kebenaran yang dialami. Sebagian besar penelitian di atas menunjukkan bahwa radio tidak hanya sebagai bentuk hiburan tetapi juga sebagai bentuk komunikasi yang memuat informasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis permasalahan dengan judul "*Peran Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang Sebagai Media Literasi Dalam Menyuarakan Isu dan Informasi (Studi Kasus Program Bincang Indonesia Tiongkok)*" yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat.

## **1. Komunikasi Massa**

Komunikasi memiliki banyak bentuk, dan komunikasi massa adalah salah satunya. Ini adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak maupun elektronik, yang dikelola oleh organisasi atau individu yang melembagakan dan ditujukan kepada sejumlah besar orang yang heterogen, anonim, dan tersebar di berbagai tempat (Nur, 2021).

Komunikasi massa bertujuan agar pendengar, pembaca, dan penikmat media massa secara bersamaan memahami maksud isi pesan komunikator, baik itu pesan pribadi maupun pesan yang mewakili organisasi atau lembaga. Komunikasi massa memainkan peran penting dalam meningkatkan popularitas individu, organisasi, kelompok, atau lembaga tertentu di bidang politik, sosial, ekonomi, olahraga, dan hiburan, antara lain. Semua ini jelas terkait dengan media massa sebagai media informasi dan individu yang menyebarkannya kepada masyarakat umum. Salah satu media informasi Radio Bharata Bhaktinusa yang merupakan media informasi yang dioperasikan untuk informasi terkait isu dan informasi dalam bidang politik, sosial, ekonomi dan lain-lain (Bisri Mustofa, 2022).

## **2. Media Penyiaran Radio**

Sejarah media penyiaran dunia dimulai dengan penemuan gelombang radio oleh Heinrich Hertz pada tahun 1887. Hertz, seorang ahli fisika asal Jerman, berhasil menunjukkan bahwa gelombang elektromagnetik dapat dikirim dan diterima, yang membuka jalan bagi perkembangan teknologi radio. Penemuan ini kemudian diperluas oleh Guglielmo Marconi, seorang ilmuwan Italia yang dikenal karena keberhasilannya dalam mengirim sinyal Morse serangkaian titik dan garis melalui gelombang elektromagnetik. Pada tahun 1901, Marconi berhasil mengirim sinyal melintasi Samudra Atlantik, sebuah pencapaian monumental dalam sejarah komunikasi (Kustiawan, Ja'far, et al., 2022)

Selanjutnya dalam sejarah media penyiaran terjadi pada tahun 1920, ketika Frank Conrad, seorang ahli teknik di Pittsburgh, AS, mulai menyiarkan lagu, berita olahraga, dan musik dari garasi rumahnya menggunakan pemancar radio. Stasiun radio yang didirikan Conrad, yang dikenal sebagai KDKA, menjadi salah satu stasiun radio pertama di dunia dan hingga kini masih beroperasi. KDKA tidak hanya mencatat sejarah sebagai salah satu stasiun radio tertua di Amerika Serikat, tetapi juga sebagai pelopor dalam industri penyiaran radio global (Kustiawan, Ja'far, et al., 2022)

Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran di Indonesia membagi lembaga penyiaran menjadi empat jenis yakni lembaga penyiaran publik, lembaga penyiaran swasta, lembaga penyiaran komunitas dan lembaga penyiaran berlangganan. Setiap jenis lembaga penyiaran memiliki spesifikasi dalam hal bentuk lembaga, manajemen, dan aspek yuridis formal yang diatur oleh undang-undang untuk memastikan bahwa mereka memenuhi standar yang ditetapkan dan melayani kepentingan publik atau komersial sesuai dengan tujuannya (Zuhri, 2021)

Radio memang merupakan jenis media massa yang dapat menyampaikan pesan atau informasi kepada khalayak. Media radio adalah cara untuk menyebarkan ide informasi melalui suara yang umum dan terbuka. Ini disampaikan melalui program yang teratur dan berkesinambungan. Peran radio sebagai media massa semakin meningkat seiring dengan munculnya lebih banyak stasiun radio, dan ia mulai menunjukkan kekuatan besarnya dalam mempengaruhi masyarakat (Morissan, 2015). Secara sederhana, radio berfungsi sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan pesan kepada khalayak ramai. Berdasarkan fungsinya, radio melakukan fungsi sebagai memberikan informasi, fungsi pendidikan, fungsi memberi pengaruh dan fungsi memberikan hiburan.

## **3. Isu dan Informasi Hoaks**

Informasi dapat didefinisikan sebagai data yang telah diubah menjadi bentuk yang lebih bermanfaat dan bermanfaat bagi orang yang menerimanya. Ini sangat penting untuk kegiatan pengambilan keputusan agar tidak menimbulkan masalah. (Hartati et al., 2023). Informasi tidak selalu benar, ada informasi yang sesat dan berbahaya yang dapat mengubah cara orang melihat dunia. Informasi ini disebut sebagai informasi hoaks. Informasi hoaks adalah informasi yang tidak jelas apakah benar atau tidak, karena informasi adalah kumpulan beberapa data yang benar. Hoaks tidak hanya menyebar melalui media online, tetapi juga melalui media arus utama yang terkontaminasi dan kadang-kadang menerbitkan

berita hoaks. Radio, media cetak, dan televisi masing-masing menyumbang 1,2 persen dari total media yang menyebarkan hoaks. (Rahmadhany et al., 2021).

Hoaks dapat menyebabkan ketidakpastian dan kecemasan di masyarakat karena informasi yang tidak diverifikasi dengan baik. Fenomena ini semakin diperparah dengan adanya perkembangan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi yang memungkinkan hoaks tersebar dengan cepat melalui platform media informasi dan pesan instan. Hoaks merupakan ancaman serius karena terdapat pihak yang sengaja menyebarkan informasi yang menyesatkan dan tidak benar dengan tujuan untuk menipu dan memanipulasi orang-orang yang membacanya. Pembuat hoaks seringkali memiliki motivasi tertentu, seperti keuntungan finansial, kepentingan politik, atau hanya untuk menciptakan kekacauan dan kebingungan di masyarakat (Sulistyo & Najicha, 2022).

#### **4. Literasi Media**

Literasi mencakup pengetahuan tentang teknologi, informasi, politik, berpikir kritis, dan kesadaran lingkungan. Kirsch dan Jungeblut mendefinisikan literasi saat ini sebagai kemampuan seseorang untuk mengembangkan pengetahuan yang bermanfaat bagi masyarakat dengan menggunakan informasi tertulis atau lisan, menurut buku *Literacy: A Profile of America's Young Adults*. Sekarang, literasi didefinisikan sebagai kemampuan memahami tanda-tanda tertulis secara tepat, akurat, dan lengkap, menurut Baran (2004). Dengan munculnya media elektronik, keterampilan ini tidak lagi disebut literasi; sekarang disebut literasi media (Mulyasih, 2017).

#### **5. Teori Uses and Gratification**

Dalam penelitian ini menggunakan teori uses and gratification. Yang pertama mengemukakan teori uses and gratification ialah Herbert Blumler dan Elihu Katz. Teori ini diperkenalkan pada tahun 1974 dalam buku *Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research*. Penggunaan media serta hiburan oleh Blumler dan Katz menunjukkan adanya pengguna media menjalankan peran penting dalam pemilihan dan konsumsi media. Keduanya sepakat bahwa tidak ada jalan tunggal untuk itu masyarakat untuk mengonsumsi media. Sebaliknya, mereka percaya dengan adanya alasan mengapa khalayak memilih dan menggunakan media. Menurut dalam teori ini, pengguna media bebas memilih bagaimana serta melalui media apa mereka mengonsumsi media serta bagaimana mengenai media yang mempengaruhi mereka.

Banyak asumsi yang mendasari teori uses and gratifications sejak awal muncul. Salah satunya adalah asumsi dasar dari pendiri teori, Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch, yang menguraikan lima asumsi dasar teori ini, yaitu (Richard West, 2018) :

1. Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan. Khalayak yang secara aktif memilih untuk mengonsumsi informasi dari media serta adanya tujuan yang ingin mereka capai dijelaskan oleh teori ini. Dalam penelitian ini khalayak aktifnya ialah masyarakat yang memilih Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang sebagai media informasi untuk memenuhi tujuan-tujuan individu.
2. Mempunyai inisiatif dalam mendapatkan kepuasan dari media yang dipilih khalayak.

Ini adalah asumsi untuk menjelaskan bahwa media tidak memiliki kekuatan untuk memaksa khalayak untuk membaca informasi. Khalayak membuat keputusan tentang apa yang mereka inginkan dari media, bukan media itu sendiri, oleh karena itu, media adalah pihak yang bertanggung jawab untuk menemukan cara untuk menyediakan informasi sehingga khalayak dapat puas.

Melalui penelitian ini, Radio Bharata Bhaktinusa diharuskan mampu mencari sumber-sumber informasi untuk memenuhi kepuasan pengguna media Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang serta dapat memudahkan khalayak untuk berinisiatif memilih radio Bharata Bhaktinusa yang telah dirasakan oleh khalayak telah memenuhi kepuasan tersebut.

3. Media berkompetisi dengan sumber kebutuhan lain

Media dan sumber lainnya bersaing secara tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan khalayak. Khalayak tidak kesepian karena ini adalah media. Menurut penelitian ini, radio Bharata Bhaktinusa bukan satu-satunya media yang berusaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Untuk memenuhi kebutuhan khalayak, radio Bharata Bhaktinusa harus bersaing dengan beberapa media lainnya

4. Khalayak mempunyai cukup kesadaran terhadap kesukaan, penggunaan media, dan motif.

Menurut asumsi ini, khalayak yang diteliti adalah khalayak yang memiliki pemahaman yang baik tentang media dan isinya, serta sadar akan kesukaan, penggunaan, dan alasan di balik media tersebut. Oleh karena itu, khalayak dari teori yang diasumsikan sudah mampu memilih media mereka sendiri sesuai dengan pandangan mereka. Menurut penelitian ini, khalayak sudah sadar akan literasi media dan memilih radio Bharata Bhaktinusa untuk mendapatkan informasi..

5. Penilaian tentang isi media yang hanya ditentukan oleh khalayak.

Ini adalah asumsi yang menunjukkan bahwa khalayak sasaran teori ini. Hal ini menunjukkan bahwa khalayak yang menggunakan media memengaruhi kualitas isi media tersebut. Dalam penelitian ini yang berhak menilai bagaimana isi pesan yang disampaikan oleh Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang ialah khalayak yang menggunakan atau mengonsumsi informasi melalui media Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang.

Teori *uses and gratification* pada dasarnya pada dasarnya membahas bagaimana khalayak menggunakan media secara aktif sehingga mereka dapat memilih dari berbagai pesan media yang dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan mereka akan informasi. Motif tertentu lah yang mendorong khalayak dalam memenuhi kebutuhannya. Motif tersebut diantaranya adalah kepuasan, keinginan, kebutuhan, atau motif. Hal tersebut lah yang dimaksud dengan teori *uses and gratification* (Nurudin, 2015).

## **METODE PENELITIAN**

Peneliti menggunakan metode kualitatif dalam penelitian ini. Penelitian kualitatif deskriptif bertujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan situasi lapangan dengan lebih khusus, jelas, dan terperinci (Sugiyono, 2021). Dalam penelitian ini, peneliti memakai metode penelitian kualitatif alasannya peneliti ingin menemukan fakta dan menginterpretasikan mengenai bagaimana peran media Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang sebagai media literasi dalam menyuarakan isu dan informasi serta bagaimana

peran media Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang dalam menanggulangi berita hoaks dalam siaran program bincang Indonesia Tiongkok. Secara khusus, penelitian ini berfokus pada program bincang Indonesia Tiongkok yang disiarkan oleh Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang. Oleh karena itu, pendekatan studi kasus digunakan untuk menyelidiki kasus tertentu.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil (*Result*)**

Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang adalah stasiun siaran swasta yang telah menjadi sumber terpercaya bagi pendengarnya. Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang berdiri sejak 4 Februari 1989 dengan menggunakan saluran FM. Radio ini didirikan di kota Tangerang dan didaftarkan di hadapan notaris Ny. Yetty Taher S.H. Pemilik pertama radio Bharata Bhaktinusa Tangerang ialah Ny. Tineke Herawati dan pada tanggal 22 Agustus 2011 dibeli oleh Cheng Kwok Kwai. Sejak tanggal tersebut, status kepemilikan radio ini berada di tangan Cheng Kwok Kwai hingga saat ini. Kepemilikan oleh Cheng Kwok Kwai membawa dinamika baru dan memperkuat posisi radio ini sebagai sumber informasi terpercaya dan hiburan pilihan.

Secara keseluruhan, penyiar Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang memiliki peran yang sangat besar dalam memfasilitasi penyebaran informasi dan meningkatkan literasi di kalangan masyarakat melalui program-program berkualitas seperti Batik. Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang menjalankan perannya melalui program siaran utama, yaitu program Batik dan Orbit. Program Batik adalah program bincang Indonesia-Tiongkok, sedangkan Orbit adalah obrolan santai serba-serbi tentang Tiongkok. Perbedaan utama antara kedua program ini adalah bahwa dalam beberapa segmen program Orbit mengundang narasumber dari Tiongkok, sedangkan program Batik tidak. Akan tetapi dalam program Batik tidak hanya membahas mengenai Indonesia dan Tiongkok saja, dalam program tersebut juga membahas berita trending. Seperti pernah membahas mengenai berita terkini mengenai berita hoaks tiket Argentina melawan Indonesia. Selain membahas mengenai informasi dalam negeri, radio Bharata Bhaktinusa Tangerang pun membahas mengenai berita Tiongkok. Radio Bharata belum lama ini mempublikasikan terkait informasi terkini yang membahas mengenai Tiongkok berhasil uji coba kereta Maglev berkecepatan tinggi. Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang tidak hanya memiliki program Orbit dan Batik saja, seperti yang sudah dilampirkan pada gambar di atas terdapat sejumlah program yang ada di radio Bharata Bhaktinusa Tangerang. Radio Bharata memiliki program video cafe Bharata, jurnal Bharata, jas merah, Tiongkok dalam Sejarah, warna warni, suka jajan, Bharata go dan Tiongkok 60 detik. Pernyataan tersebut diperkuat oleh pernyataan langsung yang disampaikan Muhammad Rizal selaku produser radio Bharata Bhaktinusa Tangerang.

Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang bertanggung jawab untuk menanggulangi atau meminimalisir berita hoaks. Berita hoaks akan selalu menjadi permasalahan besar apabila kita sebagai media informasi tidak menyebarkan informasi sesuai dengan fakta. Dalam upaya tersebut, Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang melakukan langkah-langkah dengan aktif mencari sumber-sumber informasi yang terpercaya dan relevan seperti melalui sumber informasi liputan6, kompas dan media lainnya. Radio Bharata Bhaktinusa

Tangerang berusaha mendapatkan data dari berbagai sumber yang dapat dipertanggungjawabkan, selanjutnya setelah mendapatkan data radio bharata bhaktinusa Tangerang menguji validitas informasi tersebut. Mereka melakukan verifikasi melalui cross-check dengan sumber-sumber lain dan memastikan bahwa informasi yang disiarkan adalah akurat dan benar dan untuk memperkuat validitas informasi, Radio Bharata juga bekerja sama dengan ahli atau institusi yang memiliki kredibilitas dalam bidang tertentu. Hal ini membantu mereka untuk mengonfirmasi keaslian informasi yang didapatkan. Radio bharata bhaktinusa Tangerang bekerjasama dengan media China Central Television (CCTV) pernyataan tersebut disampaikan oleh Adelia Astari selaku penyiar radio Bharata Bhaktinusa.

Berdasarkan survey lapangan pengguna media radio bharata bhaktinusa Tangerang berpendapat bahwa pesan yang disampaikan oleh radio bharata dapat dipercaya dan dapat diterima oleh penggunanya. Pengguna media menilai bahwa informasinya tentu dapat dipercaya. Selain itu, peran radio Bharata Bhaktinusa Tangerang dalam menyampaikan informasi dapat memenuhi pengguna medianya, memiliki keuntungan utama yakni dengan mudahnya mengakses media radio Bharata dapat dijadikan media informasi yang fleksibel mudah diakses dimana saja dan membantu mendapatkan informasi dalam keadaan sedang menjalankan aktivitas sehari-hari. Melalui penyampaian pesan yang menarik, mudah dipahami menjadi faktor pengguna media informasi tertarik untuk menggunakan radio bharata sebagai media informasi yang dapat memenuhi kebutuhan informasi.

### **Diskusi (*Discussion*)**

Pada khalayak aktif terdapat pengguna radio bharata bhaktinusa Tangerang. Dalam penelitian ini terdapat enam pengguna media radio bharata bhaktinusa Tangerang, pengguna media secara aktif memilih untuk mengonsumsi sebuah berita melalui radio bharata bhaktinusa Tangerang untuk memenuhi tujuan-tujuan mereka. Pengguna radio Bharata Bhaktinusa secara aktif mencari informasi terbaru dan relevan. Mereka mendengarkan berita dan program informatif untuk mendapatkan wawasan tentang isu-isu terkini, baik lokal maupun global. Selain mencari informasi, banyak pendengar yang menggunakan radio untuk hiburan. Program musik, talk show, dan acara lainnya dapat membantu mereka menikmati waktu luang.

Selanjutnya mempunyai inisiatif dalam mendapatkan kepuasan dari media yang dipilih khalayak. Dalam hal ini radio bharata tidak bisa memaksa pengguna media untuk memilih media apa yang harus mereka inginkan. Hanya pengguna media yang berhak memilih media informasi seperti apa yang mereka inginkan. Pernyataan tersebut diperkuat dengan adanya hasil observasi yang menyatakan bahwa pengguna media radio bharata yang memang memiliki rasa inisiatif terhadap pemenuhan kepuasannya mengenai berita informasi melalui radio Bharata Bhaktinusa Tangerang.

Selain itu terdapat media berkompetisi dengan sumber lain. Dengan beredarnya berita hoaks, sebagai media mengakibatkan radio bharata bhaktinusa Tangerang perlu bersaing dengan media informasi lainnya. Melalui program batik, radio bharata dapat bersaing dengan media informasi lainnya. Informasi yang disajikan dalam program batik

memuat informasi yang kebenarannya dapat dipertanggung jawabkan oleh radio bharata. Dalam memenuhi kebutuhan informasi penggunaannya, media tersebut mencari informasi yang bersumber dari beberapa media seperti liputan6 dan sebagainya untuk memperoleh informasi dalam negeri. Selain itu, radio bharata bekerjasama dengan media luar negara yakni china central television (CCTV). Melalui media CCTV, radio Bharata Bhaktinusa Tangerang dapat memperoleh sumber berita luar negeri terkhusus berita mengenai informasi Indonesia Tiongkok. Radio Bharata belum lama ini mempublikasikan terkait informasi terkini yang membahas mengenai Tiongkok berhasil uji coba kereta Maglev berkecepatan tinggi. Dalam berita tersebut uji coba diadakan di Datong Provinsi Shanxi, uji coba tersebut berhasil menunjukkan suspensi yang stabil dan navigasi yang presisi dengan lintasan yang sangat sesuai dengan prediksi teoritis. Berita tersebut juga memuat informasi bahwa seorang juru bicara proyek menekankan bahwa uji coba yang sukses telah memajukan kesiapan teknis sistem secara signifikan yang menjadi landasan kuat untuk pengujian di masa mendatang.

Kemudian dalam menguji validitas data sebuah informasi, radio bharata bhaktinusa Tangerang melakukan pengamatan melalui beberapa media dalam negeri. Apabila berita dari berbagai media dalam negeri memvaliditas suatu kebenaran informasi dengan mempublikasi informasi tersebut kepada khalayak maka dapat dinyatakan informasi yang disampaikan merupakan informasi yang benar sesuai dengan fakta. Tidak hanya itu, menguji validitas data juga dilakukan melalui survey lapangan dimana suatu informasi itu bisa terjadi guna untuk menguji kebenaran beritanya serta untuk mengetahui berbagai sudut pandang mengapa informasi tersebut bisa terjadi. Metode yang digunakan dalam survei lapangan adalah wawancara dan observasi.

Selanjutnya mengenai khalayak memiliki kesadaran terhadap penggunaan media. Maka dari itu pengguna radio bharata bhaktinusa Tangerang merasakan kesadaran akan kebutuhan informasinya. Seperti halnya ada isu pemberitaan hoaks mengenai adanya berita terkait beredar harga tiket timnas Indonesia melawan timnas Argentina, berita ini ramai diperbincangkan pada tahun 2023 sehingga mengakibatkan pengguna media memiliki kesadaran akan pentingnya peran suatu media. Disertai dengan Antusias sejumlah masyarakat cukup menggemparkan dengan kedatangan timnas Argentina ke Indonesia, yang artinya ini merupakan laga bersejarah untuk Argentina dan Indonesia. Sehingga terdapat oknum mengambil kesempatan dengan mengedarkan informasi hoaks harga tiket untuk menonton liga tersebut mulai dari harga Rp 1,3 juta hingga Rp 5,6 juta. Dari kejadian tersebut radio bharata bhaktinusa Tangerang memvalidasi bahwa isu yang terjadi tersebut merupakan berita palsu.

Hal tersebut diperkuat dengan media Radio Bharata Bhaktinusa melakukan perannya sebagai media dalam penyebaran informasi terkait berita hoaks beredarnya harga tiket timnas Indonesia bertanding dengan timnas Argentina. Berita tersebut dipublikasikan oleh Radio Bharata Bhaktinusa pada tanggal 25 mei 2023, berita yang dipublikasikan berisi terkait kebenaran bahwa berita yang beredar dimasyarakat tentang harga tiket itu hoaks. Oleh karena itu radio bharata telah memenuhi kebutuhan informasi penggunaannya yang sadar mengenai pentingnya penggunaan media.

Kemudian terdapat penilaian tentang isi media yang hanya ditentukan oleh khalayak. Dapat diartikan bahwa hanya pengguna media radio bharata saja yang dapat menilai terkait pesan yang disampaikan oleh radio bharata. Pernyataan tersebut diperkuat oleh hasil observasi dengan pengguna media radio bharata yang menyatakan bahwa pesan-pesan yang disampaikan oleh radio bharata mudah dipahami serta membantu mereka memenuhi akan kebutuhan informasi.

Peneliti berpendapat bahwa, tidak seperti teori komunikasi massa lainnya yang menitikberatkan pada konsumsi media, namun pendekatan *uses and gratifications* lebih membuka peluang terhadap khalayak untuk menentukan acara yang dipilih melalui media yang disukainya untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Teori *uses and gratifications* telah digunakan oleh pengguna media Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang. Penggunaan media ini sebagai bentuk pemuasan akan kebutuhan informasi sudah terpenuhi, dan menjadikan Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang dipilih oleh penggunanya sebagai media untuk memenuhi kepuasan akan informasi, terutama terkait dengan informasi hoaks yang sedang populer pada saat ini.

#### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sehubungan dengan rumusan masalah, dapat disimpulkan bahwa peran Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang sebagai media literasi dalam menyuarakan isu dan informasi melalui program Batik telah sesuai dengan teori yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini. Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang, dalam menjalankan perannya sebagai media informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi penggunanya, telah melakukan tugasnya dengan memfilter informasi yang disampaikan di masyarakat.

Informasi yang diperoleh oleh Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang berasal dari berbagai media dalam negeri. Selain itu, dalam mendapatkan informasi, Radio Bharata juga melakukan survei lapangan menggunakan metode wawancara dan observasi untuk mendapatkan serta memvalidasi informasi sesuai dengan kebenarannya. Keunggulan utama yang dimiliki oleh Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang adalah kerjasamanya dengan media CCTV untuk memperoleh berita internasional. Sehingga, Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang dapat memenuhi kepuasan serta kebutuhan akan informasi pengguna medianya. Pengguna media tersebut merasakan bahwa apa yang disampaikan oleh Radio Bharata Bhaktinusa Tangerang dapat dipercaya, mudah dipahami, dan membantu mereka memperoleh informasi yang relevan guna memenuhi kebutuhan informasi mereka.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmad, N. (2015). Radio Sebagai Sarana Media Massa Elektronik. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 3(2), 233-254.
- Cahyadi, imam rahman. (2020). *Survei KIC: Hampir 60% Orang Indonesia Terpapar Hoax Saat Mengakses Internet. Berita Satu*.  
<https://www.beritasatu.com/news/700917/survei-kic-hampir-60-orang-indonesia-terpapar-hoax-saat-mengakses-internet>
- Dhamayanti, M. (2019). PEMANFAATAN MEDIA MASSA DI ERA DIGITAL. *Jurnal Ranah*

*Komunikasi.*

- Ermawati, E., & Sirajuddin, S. (2019). Berita Hoax Dalam Perspektif Al-Qur'an. *TAJ DID: Jurnal Ilmu Ushuluddin*, 17(1), 27–50. <https://doi.org/10.30631/tjd.v17i1.66>
- Ibrahim, A. M. (2023). *PSSI Respons Soal Harga Tiket Indonesia vs Argentina yang Viral: Hoaks*. CNN INDONESIA. [www.cnnindonesia.com/olahraga/20230525080906-142-953723/pssi-respons-soal-harga-tiket-indonesia-vs-argentina-yang-viral-hoaks](http://www.cnnindonesia.com/olahraga/20230525080906-142-953723/pssi-respons-soal-harga-tiket-indonesia-vs-argentina-yang-viral-hoaks)
- Islami, N. (2017). *Beredar Pesan Berantai WA dan FB Dipantau, Kemkominfo: Itu Hoaks*. Kominfo. [https://www.kominfo.go.id/content/detail/10606/beredar-pesan-berantai-wa-dan-fb-dipantau-kemkominfo-itu-hoaks/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/10606/beredar-pesan-berantai-wa-dan-fb-dipantau-kemkominfo-itu-hoaks/0/sorotan_media)
- Monclus B &, B. T. (2014). *Radio Audiences and participation in the Age of Network Society*. Routledge.
- Murtadha, A. (2018). Peran Lembaga Penyiaran Radio Republik Indonesia Sebagai Sabuk Pengamanan Informasi Di Wilayah Perbatasan Kabupaten Natuna Provinsi Kepulauan Riau. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan*, 15(2), 78. <https://doi.org/10.31346/jpkp.v15i2.1327>
- Sumarlan, B. (n.d.). *PSSI Respons Soal Harga Tiket Indonesia vs Argentina yang Viral: Hoaks*. 2023.