

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Radio merupakan salah satu media komunikasi satu arah yang sangat berjaya di Indonesia era tahun 1980/1990. Bahkan sebelum itu radio merupakan satu media komunikasi paling penting yang ada di dunia, termasuk Indonesia. Peristiwa kemerdekaan Republik Indonesia misalnya, masyarakat mengetahui bahwa Negara ini sudah merdeka melalui siaran radio. Selain itu juga kerana media komunikasi masih belum secanggih sekarang, seperti banyaknya acara di televisi dan juga media internet dengan *gadget* yang lebih beragam. Oleh karena itu radio di era tersebut menjadi salah satu media hiburan yang merakyat. Seiring dengan perkembangannya, radio telah melahirkan seniman serta karya yang melegenda.

Salah satu hiburan yang paling mengena di masyarakat adalah drama radio atau yang sering disebut dengan sandiwara radio. Saat media televisi masih jarang dan surat kabar masih mahal, radio menjadi media rakyat yang dinikmati oleh orang-orang di kampung. Hiburan sandiwara radio seperti Tuter Tinular, Saur Sepuh, Misteri Nini Pelet pun menjadi tenar kerana disiarkan lewat radio. (<http://www.merdeka.com/peristiwa/nasib-radio-hidup-segan-mati-tak-mau.html>)

Generasi yang eksis di akhir tahun 80'an dan akhir 90'an pasti sudah familiar dengan nama-nama pendekar Brama Kumbara, Mantili, Lasmini atau Nikki Kosasih. Nama-nama tersebut adalah nama tokoh dan juga pencipta dari sandiwara radio berjudul Saur Sepuh. Pada tahun tersebut sandiwara radio ini mencapai puncak kepopulerannya karena diputar di puluhan radio di seluruh Indonesia (MyMagz #NowListen September 2013).



Gambar 1.1 Saur Sepuh

(MyMagz #NowListen September 2013 hal.28)

Sandiwara radio tidak hanya mengudara sampai di sana saja. Seiring dengan berkembangnya teknologi, sandiwara radio di era kejayaan radio mulai diangkat ke layar lebar dengan pemeran yang sama seperti *dubber* atau pengisi suara dari tokoh-tokoh dalam sandiwara radio tersebut.

Dimulai dari Saur Sepuh yang mulai di angkat ke layar lebar pertama kali pada tahun 1987 dengan tokoh-tokoh yang sama seperti pengisi suaranya. Kemudian setelah era Saur Sepuh berakhir, muncul lagi beberapa sandiwara radio yang juga diangkat ke layar lebar. Seperti Tuter Tinular yang mulai disiarkan pada 1 Januari 1989 dengan mengambil setting runtuhnya

kerajaan Singasari dan kemudian diangkat ke layar lebar di akhir 1989 sampai 1992 dan pernah diangkat versi sinetron pada tahun 1997.

Ada pula Misteri Gunung Merapi yang mengangkat setting yang sedikit berbeda, yakni di sekitar Gunung Merapi. Dengan tokoh utama Mak Lampir dan memiliki suasana cukup horor yang membuat pendengar cukup terkesan seram dengan alur ceritanya. Kemudian muncul lagi Catatan Si Boy, sandiwara radio tentang kisah anak muda dengan pemeran utama Boy yang kemudian menjadi idola di tahun 90'an. Kedua sandiwara ini kemudian diangkat menjadi film layar lebar, bahkan untuk Catatan Si Boy sempat dibuat filmnya lagi pada tahun 2011 dengan judul "Catatan Akhir Si Boy" (MyMagz #NowListen September 2013).



Gambar 1.2 Catatan Si Boy

(MyMagz #NowListen September 2013 hal.29)

Radio sebagai media massa merupakan media yang membuat manusia peka terhadap satu indera saja, yakni indera pendengar. Teknik audio dan pembawa acara yang membawa pendengar benar-benar masuk ke jalan cerita,

dan menciptakan *theater of mind*, yakni pendengar akan bebas menciptakan tokoh, suasana, dan adegan sesuai dengan imajinasi masing-masing. Berbeda dengan televisi yang saat ini kita nikmati, *audience* sudah tidak repot-repot untuk berimajinasi menentukan tokoh, adegan dan juga setting cerita.

Namun seiring berjalannya waktu, dan perkembangan teknologi yang semakin pesat, sandiwara radio semakin lama semakin hilang. Banyak penikmat sandiwara radio merindukan bagaimana mereka 'berimajinasi' dengan apa yang mereka dengar.

Geronimo FM telah membangkitkan kembali sandiwara radio yang sudah jarang sekali ada. Setelah Catatan Si Boy yang merupakan sandiwara yang memiliki cerita seputar anak muda tahun 90'an, kini muncul lagi sandiwara radio tentang keseharian anak muda yang berjudul 'Kos-kosan Gayam'.



Gambar 1.3 Kos-kosan Gayam

(MyMagz #The Art of Being Smart Mei 2013)

“Kos-kosan Gayam adalah drama komedi berdurasi satu jam yang menampilkan problematika keseharian tiga mahasiswa yang kos di kota pelajar. Kisah persahabatan mereka disampaikan secara kocak melalui 3 karakter utama yaitu Bram, Parwoto dan IcuK.” (<http://www.geronimo.fm/whatsnew.php?n=50/kos-kosan-gayam/>)

3 tokoh utama ini berasal dari daerah dan latar belakang budaya berbeda-beda yang menempati kos yang sama. Bram berasal dari Jakarta, Parwoto berasal dari Klaten dan IcuK berasal dari Medan. Hal yang menarik dari sandiwara radio ini adalah bagaimana cara mereka berkomunikasi dengan logat yang khas dari daerah asal mereka dan dengan budaya yang berbeda ini mereka bisa saling memahami satu dengan yang lainnya. Karena selain tiga tokoh ini, masih ada tokoh lain yang mereka juga memiliki latar belakang budaya dan daerah asal yang berbeda pula.

E.B. Taylor dalam Mulyana (2009:56) mendefinisikan budaya sebagai keseluruhan kompleks yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, hukum, adat istiadat dan kemampuan-kemampuan atau kebiasaan lain yang diperoleh anggota-anggota dalam suatu masyarakat. Dalam hal ini, budaya terbentuk dari sekumpulan masyarakat yang kompak akan segala hal, memiliki peraturan yang mereka patuhi dan apabila melanggar akan mendapatkan sanksi yang telah mereka sepakati.

Budaya yang beragam sering disebut dengan multikultur. Keberagaman terjadi karena pada dasarnya manusia memang berbeda, baik dari segi suku, ras, kepercayaan, kebiasaan, adat istiadat, lingkungan geografis, dan sebagainya. David S. Hopes (1979) dalam Liliweri (2003:16) berpendapat bahwa orang-orang yang multikultur atau multibudaya adalah

mereka yang telah mempelajari dan menggunakan kebudayaan secara cepat, efektif, jelas, serta ideal dalam interaksi dan komunikasi dengan orang lain.

Bila bicara pada ranah ilmu komunikasi, proses komunikasi berjalan apabila komunikator (*sender*) menyampaikan pesan (*message/content*) kepada komunikan (*receiver*) melalui media tertentu (*medium*). Dan bahasa adalah medium untuk menyatakan kesadaran, tidak sekedar mengalihkan informasi (Liliweri, 2003:130).

“Budaya menampakkan diri dalam pola-pola bahasa dan dalam bentuk-bentuk kegiatan dan perilaku yang berfungsi sebagai model bagi tindakan-tindakan penyesuaian diri dan gaya komunikasi yang memungkinkan orang-orang tinggal bdalam suatu masyarakat di suatu lingkungan geografis tertentu.” (Rakhmat, 2009:19)

Di era 80-90an, sandiwara radio banyak mengangkat seputar kehidupan masa lampau (masa kerajaan), dan di situ jelas terlihat bagaimana penggambaran budaya Indonesia zaman itu diciptakan. Kos-kosan Gayam juga mengangkat budaya, yang dalam hal ini mempertemukan banyak budaya dalam suatu cerita sehingga menjadikan sandiwara ini multikultur.

Sandiwara radio merupakan sebuah narasi yang di dalamnya memiliki unsur-unsur seperti penokohan, alur, plot, dan lainnya yang menjadikannya sebuah cerita. Sedangkan analsis naratif adalah analisis mengenai narasi, baik itu fiksi (seperti novel, puisi, cerita rakyat, dongeng, film, komik, musik dan lain sebagainya) ataupun fakta, seperti berita (Eriyanto, 2013:10).

Penelitian ini meneliti bagaimana multikultur dinarasikan dalam sandiwara radio “Kos-kosan Gayam”, tentunya melalui tokoh cerita yang

memiliki budaya yang berbeda-beda yang dikemas secara kocak dan penuh humor. Dari beberapa episode yang sudah mengudara, peneliti mengambil sandiwara radio Kos-kosan Gayam episode “Motor Bram Hilang”. Pada dasarnya cerita dari sandiwara radio Kos-kosan Gayam adalah tentang 3 orang tokoh utama yakni Bram, Icuk dan Parwoto. Namun karena penelitian ini membahas mengenai multikultur, maka peneliti mengambil episode tersebut karena dalam ceritanya ada lebih dari 3 tokoh dengan latar budaya yang berbeda sehingga suasana multikultur lebih tercipta.

Pentingnya riset ini adalah radio yang merupakan media massa dan sudah mulai ditinggalkan oleh masyarakat, namun saat ini sebenarnya radio masih banyak diminati oleh *audience*. Dalam industri media, multikultur yang telah menjadi sajian utama dalam penyiaran televisi dan juga iklan, ternyata hal tersebut juga dapat ditemukan dalam radio yang mengangkat tentang kebudayaan. Ada hal berbeda yang dibangun dalam sandiwara radio Kos-kosan Gayam ini. Multikultur digambarkan dengan interaksi dari penghuni kos yang berbeda latar belakang budaya yang dikemas dengan cerita yang penuh humor dan uniknya tokoh-tokoh dari cerita ini menggunakan percakapan dari daerah asal masing-masing namun terkadang meninggalkan *stereotype* dari masing-masing budaya tersebut. Sejauh ini, penelitian menggunakan metode analisis naratif banyak berkulat di dunia film dan novel. Bahkan, penelitian mengenai radio juga masih jarang sekali diminati. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengambil sandiwara radio sebagai objek dari penelitian ini.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana narasi multikultur dalam sandiwara radio Kos-kosan Gayam episode “Motor Bram Hilang”.

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana narasi multikultur dalam sandiwara radio Kos-kosan Gayam episode “Motor Bram Hilang”.

D. MANFAAT PENELITIAN

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi dunia akademis khususnya dalam bidang radio dan analisis naratif. Karena saat ini, penelitian mengenai radio masih sedikit dan jarang. Sedangkan untuk analisis naratif pun juga jarang yang membahas tentang radio. Selain itu juga sebagai wacana penelitian tentang analisis multukultur dalam media massa.

b. Manfaat Praktis

Untuk pendengar, penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman bahwa di dalam sandiwara radio ini ada hal yang bisa dipetik selain humor. Sedangkan untuk pembuat sandiwara radio agar membuat skenario dengan cerita yang bermanfaat, bukan sekedar hiburan saja.

E. KERANGKA TEORI

1. Budaya dan Multikultur

Bila dilihat dari arti katanya, multikultur berarti banyak budaya. Dan bila dilihat dari kehidupan sehari-hari, Indonesia merupakan negara dengan banyak budaya. Sehingga sampai saat ini, multikultur seperti sebuah kata yang tidak ada habisnya untuk dibicarakan.

Mulyana (2009:56) berpendapat bahwa budaya adalah sebuah gaya hidup suatu kelompok tertentu yang dimiliki oleh seluruh manusia dan merupakan faktor pemersatu. Sedangkan menurut Edward Burnett Tylor dalam Liliweri (2003:107) budaya atau kebudayaan adalah kompleks dari keseluruhan pengetahuan, kepercayaan, kesenian, hukum, adat istiadat dan setiap kemampuan lain yang dimiliki oleh manusia sebagai bagian dari masyarakat.

Edward T. Hall (1973) dalam Mulyana (2010:3) mendefinisikan bahwa budaya adalah komunikasi dan komunikasi adalah budaya. Budaya menentukan cara kita berkomunikasi, dengan siapa kita berkomunikasi, isi (*content*) dari yang kita bicarakan, bagaimana etika kita berbicara, dan sebagainya. Dengan demikian, budaya dapat menuntun kita berperilaku dan berkomunikasi. Budaya akan menceritakan siapa kita, bagaimana kita beraksi, bagaimana kita berpikir, bagaimana kita berbicara dan bagaimana kita mendengarkan (Gamble, 2006:31).

Dalam gaya komunikasi budaya dapat diklasifikasikan ke dalam 2 hal, yakni budaya konteks rendah (Low Culture Context) dan budaya

konteks tinggi (High Culture Context). Budaya konteks rendah dianggap berbicara terlalu berlebihan dan selalu mengulang-ulang apa yang sudah jelas. Sedangkan budaya konteks tinggi cenderung berdiam diri, tidak suka berterus terang dan misterius (Mulyana, 2008:132).

Liliweri (2003:154) mengatakan bahwa High Culture Context merupakan suatu kebudayaan apabila menyampaikan informasi terkesan sulit, sebaliknya untuk Low culture Context bisa menyampaikan informasi secara lebih mudah.

Budaya yang beragam sering disebut multikultur. Sedangkan masyarakat yang memiliki banyak kebudayaan sering disebut dengan masyarakat multikultural (*multicultural society*). Bila masyarakat yang berbeda budaya ini berkomunikasi satu dengan yang lain, maka terjadilah yang namanya komunikasi antarbudaya.

"Intercultural communication refers to communication between individual whose cultural background differ. These individual do not necessarily have to be from different countries." (West, 2007:42).

Masyarakat multikultural yang terdiri dari banyak budaya harus saling menghargai satu sama lain, sehingga masyarakat multikultural ini menganut suatu paham yaitu multikulturalisme.

Chang-You-Hoon (2012:7) dalam Sukmono (2014:4) berpendapat bahwa awal muncul multikulturalisme yang pertama kali diperkenalkan di Amerika Serikat sekitar tahun 1960an, yakni adanya pergeseran identitas yang terjadi dalam konteks modernitas barat. Multikulturalisme menandai

ditinggalkannya universalisme barat maupun ideologi monokultural. Sehingga sangat jelas bahwa multikulturalisme menekankan pada keberagaman, menghargai perbedaan dan mengakomodir kaum-kaum minoritas.

Multikulturalisme berkaitan tentang keanekaragaman atau perbedaan yang dilekatkan secara kultural. Sebuah masyarakat yang multikultural merupakan masyarakat yang didalamnya terdapat dua atau lebih komunitas kultural (Parekh, 2008:19).

Ketika banyak budaya bertemu, terkadang menjadi suatu hal yang unik, yang tanpa kita sadari kita bisa berinteraksi dengan masih membawa identitas budaya masing-masing. Dalam konteks media, multikulturalisme menjadi 'menu wajib' bagi pengelola industri media massa (Sukmono, 2014:8).

Baik itu televisi, iklan atau film, multikulturalisme menjadi sesuatu yang laku dijual di media. Entah itu benar-benar sebagai pengetahuan tentang beragam budaya yang dimiliki bangsa Indonesia, atau hanya sekedar hiburan saja. Radio pun juga ikut andil dalam penyiaran ragam budaya. Sandiwara radio yang pernah ada di era 80/90an yang mengangkat isu budaya kerajaan masa lampau, sampai sekarang juga masih ada sandiwara radio yang mengangkat isu multikultur namun berselera humor.

Kos-kosan Gayam adalah salah satu sandiwara radio yang bercerita mengenai kehidupan mahasiswa rantau di Yogyakarta dengan membawa

budaya yang berbeda-beda dan bertemu serta berinteraksi dengan orang-orang yang berbeda budaya. Dikemas secara humor namun tetap tidak meninggalkan unsur multikultur dan kebudayaan yang melekat pada masing-masing karakter.

2. Radio Sebagai Komunikasi Massa

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan dimana dalam proses tersebut terdapat beberapa elemen komunikasi, yakni *sender* (komunikator/pengirim pesan), *receiver* (komunikan/penerima pesan), *message* (pesan), *channel* (medium), *noise* (gangguan), dan *feedback* (timbang balik).

Bila berbicara ke arah media massa, media massa adalah medium (*channel*) dalam proses komunikasi tersebut.

“Mass media refers to the channels or delivery modes, for mass messages. Mass media include news papers, videos, CD-ROMs, computers, TV, radios and so forth. Mass communication refers to communication to large audience via these channels of communication”(West, 2007:40).

a) Radio Melintas Zaman

Seperti yang sudah disebutkan, bahwa radio adalah salah satu media komunikasi massa yang berperan sangat besar terutama di era sebelum televisi dan media baru muncul. Menurut Suyoto(1978:3), Siaran radio merupakan sarana tercepat untuk menyampaikan suatu berita bila dibandingkan dengan surat kabar atau televisi.

Siaran radio di Indonesia berawal dari era Perang Dunia I tahun 1911 di Pulau Sabang, Indonesia, yang dioperasikan oleh angkatan Laut Hindia-Belanda. Menurut Sen dan Hill (2001) dalam Zakaria (2014:2) kegiatan mendengarkan siaran radio merupakan tindakan ilegal. Sehingga pengaruh sosialnya masih belum terasa. Baru setelah Perang Dunia I orang-orang berani mendirikan radio siaran.

Kemudian pada tahun 1925 muncul *Bataviase Radio Vereniging* (BRV) di Jakarta, *Solosche Radio Vereniging* (SRV) di solo pada tahun 1933 dan *Mataram voor Radio Vereniging* (MAVRO) pada tahun 1934 di Yogyakarta yang nantinya menjadi cikal bakal dari Radio Republik Indonesia atau lebih dikenal dengan istilah RRI (Zakaria, 2014:3).

SRV merupakan radio pertama yang murni dan dimiliki oleh bangsa Indonesia. Radio ini dirintis dengan tujuan menjadikan radio sebagai sarana perlawanan politik dan budaya terhadap penjajah Belanda (Jurnal Penyiaran Kita Maret-April 2014).

Pada masa itu, radio sebagai komunikasi massa memiliki pengaruh yang sangat besar bagi masyarakat Indonesia. Sutomo, atau yang sering dikenal sebagai Bung Tomo adalah salah satu pejuang kemerdekaan RI yang berperang dengan cara yang berbeda. Karena selain menggunakan senjata, Bung Tomo mengobarkan semangat kepada pejuang bangsa Indonesia yang tersebar di seluruh tanah air

menggunakan radio. Maka Bung Tomo mendapatkan Anugerah Penyiaran Mangkoenegoro VII, pada peringatan Hari Penyiaran Nasional 2014.

“Perjuangan Bung Tomo memang agak berbeda dengan pejuang lain. Dia terjun langsung mengangkat senjata, tapi juga menginformasikan tentang kondisi negara kala itu. Ini perang modern yang menggunakan media. Konten yang disampaikan Bung Tomo sangat menyentuh dan menggugah.” - Hari Wiryawan, Ketua Panitia Peringatan Hari penyiaran Nasional. (*Jurnal Penyiaran Kita edisi Maret-April 2014 hal: 9*)

Selain cara tercepat untuk menyampaikan berita, radio merupakan media yang simpel dan mudah dibawa-bawa (McQuail, 2009:40). Radio mengalami perubahan bentuk fisik yang signifikan. Pada awal ditemukan, radio bisa sebesar almari pakaian, kemudian di era Perang Dunia I dan II sudah mengecil meskipun masih dengan berat kira-kira 18 kg, lalu muncul radio tripleks dengan kekuatan berasal dari batu baterai dan di era 90an, radio sudah bisa memanfaatkan dua sumber energi yaitu baterai dan aliran listrik, bahkan sudah bisa memutar kaset.

Namun belakangan ini bentuk fisik radio semakin mengecil, diawali dengan munculnya radio yang bisa masuk ke dalam saku, atau radio yang menjadi salah satu aplikasi di telepon seluler bahkan sekarang telah muncul radio streaming yang fisiknya sama sekali tidak terlihat (*MyMagz #Now Listen edisi September 2013 hal. 21*).

Perkembangan teknologi yang semakin pesat membuat *audience* memiliki banyak pilihan untuk mengakses media. Beberapa

tahun silam *audience* mengakses hiburan radio secara bersama-sama karena hanya ada beberapa yang memiliki radio. Namun seiring berjalannya waktu dan berkembangnya teknologi, *audience* bisa mengakses media radio bisa secara individu dengan banyak fitur. Sekarang mendengarkan radio bisa dimana saja, seperti menggunakan ponsel atau mengakses *radio streaming* dengan fasilitas internet. Bahkan saat ini ada beberapa stasiun radio yang mengunggah acaranya di berbagai media sosial, sehingga pendengar yang belum bisa mendengarkan secara langsung bisa mengunduhnya lalu didengarkan.

b) Karakter Media Radio

1) Auditif

Radio merupakan media dengar. Hanya dikonsumsi dengan satu indera pendengaran saja, sehingga siaran nantinya bersifat sepiantas lalu dan tidak dapat diulang (Ningrum, 2007:6).

2) Theatre of Mind

Adalah seni menciptakan imajinasi pendengar melalui kata atau suara, karena pendengar hanya bisa membayangkan apa yang dikemukakan, termasuk membayangkan penyiar.

3) Murah

Radio merupakan media yang paling murah bila dibandingkan dengan media lain seperti apabila kita berlangganan

surat kabar, atau bila dibandingkan dengan harga televisi. Selain itu pendengar tidak perlu membayar apapun untuk memperoleh suatu informasi.

4) Portabel dan Flexibel

Radio merupakan media yang simpel, bisa didengarkan dimana saja dan bisa dibawa kemana-mana. Misalnya saat kita sedang dalam perjalanan, menjadi teman belajar, dan segala aktivitas yang kita lakukan.

"There are no longer limitations on the place where radio can be listened to or the time of reception, since listening can be combined with other routine activity" (McQuail, 2009:36).

c) Kelebihan dan Kelemahan Media Radio

Sebagai salah satu media massa, radio juga memiliki kelebihan dan kelemahan.

Kelebihan

1) Cepat dan Langsung

Radio merupakan suatu media yang dapat menyampaikan informasi secara cepat, tanpa proses yang rumit seperti surat kabar atau televisi.

2) Identik dengan Musik

Walaupun banyak content yang disampaikan dalam radio, musik selalu menjadi yang paling utama (McQuail, 2009:37). Musik merupakan sarana untuk menarik pendengar dalam sebuah

stasiun radio. Misalnya suatu stasiun Radio memutar musik pop. Pendengar yang suka dengan musik pop akan memilih stasiun radio tersebut dan dengan demikian ia akan menjadi pendengar setia (Ningrum, 2007:6).

3) Akrab

Sapaan aku-kamu atau saya-anda yang diberikan menjadikan radio seperti ada sebuah interaksi antara penyiar dan pendengar saja. Sehingga radio merupakan sarana komunikasi yang paling akrab (Suyoto, 1978:3).

4) Tanpa Batas

Siaran radio bisa disimak oleh siapa saja, menembus batas geografis, demografis, suku agama, ras, antar golongan, juga kelas sosial.

Kelemahan

Ningrum (2007:9) berpendapat ada beberapa kelemahan media radio, di antaranya,

1) Selintas

Karena siaran radio bersifat cepat, maka hanya dapat didengar sekali saja. Informasi yang didapatkan dari radio tidak bisa diputar ulang lagi, seperti saat membaca surat kabar yang setiap saat masih bisa dibaca kembali.

2) Global

Radio dalam penyiarannya terkadang kurang detail dan akurat, yang kebanyakan dalam pembulatan angka. Misalnya, 'Sebanyak 239 karyawan di perusahaan tersebut diPHK secara sepihak'. Namun penyiar akan mengatakan, 'dua ratus karyawan di perusahaan tersebut diPHK secara sepihak'.

3) Beralur Linear

Pendengar radio harus mendengarkan program acara secara berurutan. Tidak seperti membaca surat kabar atau majalah yang bisa memilih *content* yang kita sukai.

4) Memiliki Gangguan

Gangguan teknis yang terjadi menyebabkan gelombang radio tidak selalu bagus ketika didengarkan, atau bahkan hilang.

Kini, selain bentuk fisik radio yang semakin berubah, stasiun radio juga semakin banyak. Sehingga memudahkan pendengar untuk memilih program mana yang cocok baginya. Seperti Undang-undang Republik Indonesia tentang Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002 Pasal 1 Ayat (3), bahwa:

"Penyiaran radio adalah media komunikasi massa dengar yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan." (KPID DIY, 2014:31)

Penelitian ini juga merupakan penelitian tentang salah satu media massa, yakni radio. Sandiwara radio 'Kos-kosan Gayam' disiarkan di

salah satu radio komersial di Yogyakarta, dimana jangkauan frekuensinya sudah kuat sehingga bisa mempengaruhi *audience* untuk mendengarkan dan juga sebagai salah satu hiburan yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat.

3. Narasi dalam Media

Narasi dapat berisi fakta, dapat pula berisi rekaan atau fiksi yang dikhayalkan oleh sang pengarangnya saja. Yang berisi fakta misalnya biografi (riwayat hidup seseorang), *autobiografi* (riwayat hidup yang dituliskan sendiri, pengalaman, dan sebagainya). Sedangkan yang berisi fiksi biasanya lebih banyak peminatnya, seperti novel, cerita pendek (cerpen), cerita bersambung, cerita bergambar yang banyak ditemukan di media massa (Sobur, 2014:5).

Menurut Eriyanto (2013:9), analisis naratif adalah analisis mengenai narasi, baik narasi fiksi ataupun fakta seperti berita. Sedangkan narasi adalah representasi dari peristiwa-peristiwa atau rangkaian dari peristiwa. Narasi sendiri selama ini lebih banyak dikaitkan dengan dongeng, cerita rakyat atau cerita fiksi lainnya seperti novel, puisi atau drama.

Untuk menjadi sebuah narasi, ada tiga syarat yang harus diperhatikan. *Pertama*, narasi harus memiliki lebih dari dua rangkaian peristiwa. Narasi tidak mungkin satu peristiwa karena nanti tidak akan bisa dirangkai dan menjadi suatu cerita yang lengkap. *Kedua*, rangkaian

peristiwa tersebut tidaklah acak. Rangkaian peristiwa mengikuti logika tersendiri untuk mengurutkannya. *Ketiga*, narasi bukan memindahkan peristiwa ke dalam sebuah teks cerita. Maksudnya adalah, tidak semua rangkaian peristiwa digabungkan. Ada proses pemilihan dan penghilangan suatu adegan, namun tetap tidak mengurangi rangkaian peristiwa utama yang disampaikan.

a. Unsur Narasi

Pada dasarnya, narasi adalah penggabungan berbagai peristiwa yang menjadi satu jalan cerita. Ada dua hal penting yang ada dalam analisis naratif, yakni cerita (*story*) dan alur cerita (*plot*) (Eriyanto, 2013:15). *Story* dan *plot* merupakan bagian dari unsur narasi selain waktu (*duration*) dan *narrator*.

1) Cerita (*story*)

Nick Lacey (2000) dalam Eriyanto (2013:16) berpendapat bahwa cerita merupakan urutan kronologis suatu peristiwa, dimana peristiwa tersebut bisa ditampilkan dalam teks maupun tidak. Jadi cerita (*story*) adalah peristiwa yang utuh dari awal hingga akhir dengan urutan peristiwa yang runtut kronologisnya.

2) Alur Cerita (*plot*)

Berbeda dengan *story*, *plot* adalah peristiwa yang secara eksplisit ditampilkan dalam teks dan belum tentu berurutan. Artinya peristiwa yang disatukan dalam sebuah cerita ini bisa

dibolak balik atau bisa disampaikan secara tidak berurutan. Sehingga nantinya bisa ada cerita yang dibuat *flashback* (alur mundur).

3) Waktu (*Time/Duration*)

Sebuah narasi tidak mungkin memindahkan waktu sesungguhnya ke dalam teks. Peristiwa satu hari, beberapa bulan bahkan puluhan tahun dapat disajikan hanya dengan beberapa jam saja, atau bila dalam surat kabar beberapa lembar saja.

Eriyanto (2013:24) berpendapat bahwa ada tiga hal penting yang harus diperhatikan dalam waktu. *Pertama* adalah durasi (*duration*). Durasi merupakan waktu dari suatu peristiwa. Durasi cerita (*story duration*) menunjuk pada waktu keseluruhan suatu cerita secara berurutan dari awal hingga akhir. Durasi plot (*plot duration*) lebih pendek dari durasi cerita, karena pembuat cerita bisa memilih peristiwa tertentu yang akan ditonjolkan kepada *audience*. Kemudian durasi teks, merujuk pada waktu atau lamanya suatu teks disajikan. Seperti durasi sebuah film selama 2jam.

Kedua adalah urutan (*order*). Merupakan rangkaian suatu peristiwa yang digabungkan sehingga membentuk sebuah narasi. Di dalamnya terdapat tiga hal penting yakni urutan cerita (*story order*), urutan plot (*plot order*) dan urutan teks

(screen order). Seperti yang sudah dibahas sebelumnya, bahwa *story order* merupakan urutan yang kronologis, sedangkan *plot order* bisa berurutan dan bisa tidak berurutan. Bisa jadi dibolak balik sehingga peristiwa disajikan dalam bentuk kilas balik (*flashback*). Sedangkan *screen order*, sama seperti halnya *plot order*, adegan-adegan yang dimunculkan bisa berurutan dan bisa tidak.

Ketiga, frekuensi. Frekuensi mengacu pada berapa kali peristiwa yang sama ditampilkan. Dalam kondisi nyata, peristiwa pasti hanya muncul satu kali saja. Sedangkan dalam *plot*, ada kemungkinan peristiwa dapat terjadi lagi. Frekuensi *plot*, menyajikan peristiwa yang muncul beberapa kali dalam sebuah cerita. Tujuannya adalah membuat sebuah cerita itu lebih berkesan di hadapan *audience*. Kemudian ada istilah frekuensi teks yang merujuk pada berapa kali adegan ini dimunculkan dalam sebuah narasi.

4) Ruang (*Space/setting*)

Ruang (*space/setting*) merupakan tempat-tempat yang dimunculkan dalam sebuah narasi. Ada tiga hal yang perlu diperhatikan dalam ruang. Ada ruang cerita (*story space*) adalah tempat dimana ruang ini tidak ditunjukkan secara eksplisit dalam sebuah narasi, namun *audience* dapat membayangkan bagaimana tempat tersebut. Berbeda dengan

story space, ruang alur (*plot space*) merupakan tempat-tempat yang digambarkan secara eksplisit dalam sebuah narasi. *Audience* benar-benar melihat (bila di televisi) atau langsung membayangkan tempat seperti apa yang dimaksud. Sedangkan ruang teks (*screen space*) merupakan tempat yang disajikan secara eksplisit, namun juga digambarkan keasliannya dalam sebuah cerita.

b. Struktur Narasi

Narasi merupakan urutan peristiwa yang digabungkan menjadi satu cerita yang runtut. Pembuat narasi pasti sengaja memilih peristiwa yang akan disampaikan agar dapat dikemas secara menarik dan membuat ketegangan dan tentunya menarik perhatian *audience*. Maka sebuah narasi juga mempunyai struktur bercerita.

Tzvetan Todorov (1977) dalam Eriyanto (2013:46) melihat bahwa teks memiliki susunan atau struktur tertentu. Sadar atau tidak, pembuat teks pasti membuat cerita berdasarkan tahapan tertentu, sehingga cerita pasti memiliki urutan kronologis, motif dan plot dan hubungan sebab akibat dalam suatu cerita atau peristiwa.

"An ideal narrative begins with stable situation which is disturbed by some power or force. There result a state of disequilibrium; by the action of force directed in the opposite direction, the equilibrium is reestablished; the second equilibrium is similar to the first, but the two are never identical" Torodov (1977:111) dalam Eriyanto (2013:46)

Pendapat tentang struktur narasi dari Tzvetan Torodov pun sudah dikembangkan oleh para ahli. Nick Lasey (2000) dalam Eriyanto (2013:47) mengembangkan struktur narasi menjadi 5 bagian.

1) Kondisi awal, kondisi keseimbangan dan keteraturan

Kondisi awal ini adalah kondisi dimana semua masih damai, harmonis dan berjalan seperti hari biasa.

2) Gangguan (*disruption*) terhadap keseimbangan

Mulai muncul sebab-sebab yang merusak keharmonisan atau bisa disebut awal terjadi konflik. Misalnya ada tokoh yang tidak sejalan dengan kehidupan sebelumnya yang normal dan tertib.

3) Kesadaran terjadi gangguan dan gangguan (*disruption*) semakin besar

Tahap ini gangguan yang terjadi semakin besar dan memunculkan konflik. Biasanya ini adalah titik puncak suatu cerita atau klimaks.

4) Upaya memperbaiki gangguan

Dalam cerita fiksi, tahap ini biasanya ditandai dengan munculnya sosok pahlawan yang mencoba memperbaiki kondisi dan membawa cerita pada kondisi awal.

5) Pemulihan menuju keseimbangan, menciptakan keteraturan kembali

Ini adalah tahap penyelesaian konflik yang mulai muncul pada tahap ke dua. Tahap ini adalah babak terakhir dalam sebuah narasi. Kondisi pun akan kembali normal seperti di awal cerita.

Penelitian tentang sandiwara radio 'Kos-kosan Gayam' ini juga merupakan penelitian naratif karena sandiwara atau juga bisa disebut dengan drama yang memiliki unsur pokok sebuah narasi yakni *story*, *plot*, *duration* dan *space*. Sobur (2014:160) berpendapat bahwa esensi dari narasi adalah plot, karakter, dan latar (*setting*).

F. METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis naratif kualitatif. Bogdan dan Taylor (1975) dalam Moleong (2002:3) mendefinisikan metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Dan dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan.

Kirk dan Miller (1986) mendefinisikan penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahnya (Moleong, 2002:3).

Salah satu sub-bidang penelitian kualitatif, para pakar komunikasi dan ilmu sosial lainnya menyebut naratif dengan istilah yang berbeda. Walter Fisher (1985) serta Richard West dan Lyn H. Turner (2007), menyebutnya sebagai Paragigma Naratif (*Narrative Paradigm*). Sedangkan John W. Creswell (2009) menyebut naratif sebagai Strategi Penelitian Kualitatif (Sobur, 2014:215).

“Naratif merupakan strategi penelitian di mana di dalamnya peneliti menyelidiki kehidupan individu-individu dan meminta seseorang atau sekelompok individu untuk menceritakan kehidupan mereka. Informasi ini kemudian diceritakan lagi oleh peneliti dalam kronologi naratif. Pada akhir penelitian, peneliti akan menggabungkan dengan gaya naratif pandangan-pandangannya tentang kehidupan partisipan dengan pandangan-pandangannya tentang kehidupan peneliti tersendiri.”
Clandinin & Connelly (2000); Creswell (2009) dalam Sobur (2014:215).

2. Objek Penelitian

Dalam penelitian “Narasi Multikultur dalam Sandiwara Radio (Analisis Naratif dalam Sandiwara Radio ‘Kos-kosan Gayam’)” menggunakan objek Sandiwara Radio Kos-kosan Gayam yang disiarkan di Geronimo FM setiap Kamis malam pukul 21.00 WIB. Namun dalam penelitian ini menggunakan sandiwara radio ‘Kos-kosan

Gayam' episode "Motor Bram Hilang" yang sebelumnya dapat diunduh melalui website *kos2an-gayam.blogspot.com*.

Pada dasarnya, tokoh yang ada dalam sandiwara radio ini memiliki 3 tokoh utama. Namun karena penelitian ini mngambil tema multikultur, peneliti mengambil episode yang memiliki banyak tokoh agar tercipta multikultur dari lebih dari tiga tokoh. Dari beberapa episode yang di-*upload*, peneliti mengambil episode 'Motor Bram Hilang' karena karakter yang dimunculkan dalam episode ini ada 5 orang dengan latar belakang suku dan budaya yang berbeda, yakni 3 orang Jawa (Jawa Tengah, Yogyakarta dan Banyumas), 1 orang Batak dan 1 orang Betawi.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Naskah (*Script*)

Berupa teks yang berisi dialog antar tokoh dalam Sandiwara Radio Kos-kosan Gayam. Caranya adalah dengan mendengarkan sandiwara radio tersebut, kemudian menuliskan naskahnya dari awal hingga akhir.

b. Studi Pustaka

Selain menggunakan *script*, penelitian ini juga menggunakan studi pustaka dalam proses analisis. Adapun yang nanti digunakan adalah buku, majalah, serta internet.

4. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian mengenai analisis multikultur dalam sandiwara radio 'Kos-kosan Gayam' peneliti akan melihat struktur dan unsur dari sebuah narasi serta menggunakan Analisis Naratif dari Vladimir Propp dalam menentukan karakter dan oposisi berlawanan.

a. Unsur Narasi

Dalam melihat struktur narasi, ada beberapa tahap yang harus penulis lakukan. *Pertama*, penulis harus mendengarkan sandiwara radio 'Kos-kosan Gayam' kemudian menuliskan naskahnya. Dalam menentukan unsur narasi harus diperhatikan 4 hal yang penting dalam unsur, yakni cerita (*story*), alur (*plot*), waktu (*time*) dan ruang (*space*). *Kedua*, menuliskan alur cerita yang terjadi di dalamnya. *Ketiga*, menuliskan *time* yang terbagi dalam 3 hal, yakni durasi cerita, durasi plot, dan durasi teks. *Keempat*, menentukan ruang (*space*) yakni tempat-tempat yang digunakan dalam cerita tersebut.

b. Struktur Narasi

Setelah mendengarkan sandiwara radio 'Kos-kosan Gayam', penulis bisa menuliskan peristiwa apa saja yang terjadi dalam sandiwara radio tersebut. Bila sudah, penulis bisa memilah cerita berdasarkan struktur narasi yang sudah disebutkan dalam kerangka teori sebelumnya.

c. Karakter dalam Narasi

Dalam narasi selalu memiliki karakter, yakni orang atau tokoh yang sifat dan perilaku tertentu. Dan karakter-karakter dalam cerita tersebut memiliki fungsi dalam narasi (Eriyanto, 2013:65). Dan dalam hal ini, narasi tidak hanya menggambarkan isi, namun juga karakter yang memudahkan pembuat cerita mengungkapkan gagasannya.

Vladimir Propp (1968), mengungkap dasar kesamaan dari struktur naratif dalam cerita rakyat Rusia.

“Semua dongeng Rusia dapat dipahami dengan empat prinsip dasar; fungsi karakter merupakan elemen dongeng yang yang stabil; fungsi-fungsi dalam dongeng amatlah terbatas; sekuen-sekuen fungsi tersebut selalu identik; dan dongeng hampir selalu berpegang pada struktur.” Propp (1968) dalam Sobur (2014:228).

Ahli sastra dari Rusia ini telah mengkaji tidak kurang dari 100 mitos yang telah berkembang di masyarakat Rusia. Di dalam bukunya yang berjudul *Morphology of Folktale* dan dari 100 mitos yang dikaji, Propp menyusun sebuah pola umum struktur cerita yang didalamnya terdapat 31 fungsi (Sobur, 2014:233).

Berikut adalah 31 fungsi tersebut :

Tabel 1. 31 Fungsi Narasi-Propp (Vladimir Propp (1968) dalam Eriyanto (2013:66))

No	Simbol	Fungsi	Deskripsi Fungsi
	α	Situasi Awal	Anggota keluarga atau sosok pahlawan diperkenalkan. Pahlawan sering kali digambarkan sebagai orang

			biasa.
1	β	Ketidakhadiran (Absensi)	Salah seorang anggota keluarga tidak berada di rumah. Dalambanyak cerita ini menjadi awal dari sebuah malapetaka. Dunia yang teratur tiba-tiba terlihat akan menjadi kacau.
2	γ	Pelarangan (Penghalangan)	Larangan yang ditujukan kepada pahlawan. Pahlawan diperingatkan agar tidak melakukan suatu tindakan. (Jangan ke sana, jangan melakukan ini itu, dsb)
3	δ	Kekerasan	Larangan dilanggar. Pahlawan melanggar larangan. Ini umumnya menjadi pintu masuk hadirnya penjahat ke dalam cerita, meskipun tidak selalu menghadapi pahlawan. Mungkin mereka menyerang keluarga sementara pahlawan pergi.
4	E	Pengintaian	Penjahat melakukan usaha pengintaian. Penjahat membuat sebuah upaya pengintaian. Penjahat kerap kali menyamar sebagai cara mencari informasi yang berharga atau mencoba aktif menangkap seseorang.
5	ς	Pengiriman	Penjahat menerima informasi mengenai korban. Beberapa bentuk informasi mengenai pahlawan/korban. Atau informasi lain seperti peta atau lokasi harta karun.
6	η	Tipu daya	Penjahat berusaha menipu korbannya. Penjahat menipu korban untuk menguasai korban atau barang-barang korban. Penjahat menggunakan berbagai cara untuk menipu pahlawan atau korban (misal menyamar, penangkapan korban, menculik, dsb).

7	θ	Keterlibatan	Korban tertipu, tanpa disadari membantu musuhnya. Tipu daya dari penjahat bekerja dan dan pahlawan atau penjahat masuk dalam perangkat yang dibuat oleh penjahat.
8	A	Kejahatan atau Kekurangan	Penjahat melukai anggota keluarga pahlawan. Tindakan penjahat menyebabkan kerugian/cedera pada anggota keluarga. Atau seorang keluarga tidak memiliki sesuatu atau menginginkan sesuatu. Ada dua pilihan untuk fungsi ini. <i>Pertama</i> penjahat menyebabkan beberapa jenis bahaya, misalnya membawa pergi korban atau benda magis tertentu yang menjadi penyebab suatu bencana besar. <i>Kedua</i> , keluarga berada di dalam situasi bahaya atau kekurangan, yang apabila tidak ditolong bisa menyebabkan kematian.
9	B	Mediasi	Terjadi keadaan yang malang, pahlawan dikirim untuk mengejar dan menumpas penjahat. Pahlawan menemukan kondisi yang mengenaskan. (misalnya pahlawan menemukan anggota keluarga yang dibawa lari penjahat, atau ada orang yang terbunuh, dsb)
10	C	Tindakan Balasan	Seseorang setuju untuk melakukan balasan. Pahlawan bertekad untuk menghentikan penjahat. Pahlawan memutuskan bertindak mengatasi kekacauan. <i>Ini merupakan saat yang menentukan</i> karena keputusan yang diambil akan menentukan masa depan.
11	↑	Keberangkatan	Pahlawan meninggalkan rumah.

			Pahlawan memutuskan untuk mengejar penjahat dan menghentikan kekacauan.
12	D	Fungsi pertama seorang penolong	Pahlawan mendapat ujian dan menerima pertolongan dari orang pintar. Pahlawan pertama kali kalah (menerima serangan, terluka, dan tak bisa menemukan kelemahan penjahat). Pahlawan bertemu dengan orang pintar yang memberikan cara untuk melawan penjahat.
13	E	Reaksi dari pahlawan	Penolong bereaksi dengan penolong masa depannya. Pahlawan bereaksi menolong terhadap bantuan dari penolong seperti membebaskan tawanan, mendamaikan pihak yang berselisih, menggunakan kekuatan musuh terhadap dirinya, dsb.
14	F	Resep dari dukun / paranormal	Pahlawan menggunakan kekuatan magis, yang bisa menghindari dari kesulitan besar. Kekuatan itu berasal dari paranormal, dan bisa didapat dengan cara makan/minum ramuan tertentu, bertapa, atau menggunakan alat tertentu.
15	G	Pemindahan ruang	Pahlawan mengarah pada objek yang diselidiki. Pahlawan dikirimkan dimana objek berada, tempat di mana tawanan berasal.
16	H	Perjuangan	Pahlawan dan penjahat bertarung secara langsung. Pahlawan bertemu dengan penjahat, bertarung secara langsung, hidup dan mati.
17	J	Cap	Pahlawan mulai dikenali kepahlawanannya. Pahlawan menunjukkan kepahlawanannya, menggunakan alat yang menentukan

			kemenangan. Atau menaiki binatang yang hanya orang tertentu yang bisa mengendalikan hewan tersebut.
18	I	Kemenangan	Penjahat dikalahkan. Pahlawan berhasil mengalahkan penjahat. Penjahat terbunuh dan menyerah.
19	K	Pembubaran	Kemalangan dan kesulitan berhasil dihilangkan. Kemenangan membawa awal baru yang baik. Tawanan bisa dibebaskan, orang yang terbunuh bisa dihidupkan kembali.
20	↓	Kembali	Pahlawan kembali dari tugas. Pahlawan kembali dari peperangan, bersiap untuk kembali ke rumah.
21	Pr	Pengejaran	Penjahat melakukan pembalasan, pahlawan dikejar. Penjahat atau pengikut penjahat tidak terima dengan kekalahan, melakukan pengejaran terhadap pahlawan dan merusak nama baik pahlawan.
22	Rs	Pertolongan	Pahlawan ditolong dari pengejaran. Pahlawan diselamatkan oleh seseorang dari pengejaran, diselamatkan, diselamatkan nyawanya.
23	O	Kedatangan tidak dikenal	Pahlawan tidak dikenal siapapun dan pulang ke negeri lain yang tidak dikenal.
24	L	Tidak bisa mengklaim	Pahlawan palsu hadir tanpa mendapatkan kepahlawanannya. Pahlawan palsu mengaku mengalahkan penjahat.
25	M	Tugas berat	Tugas berat ditawarkan pada pahlawan. Pahlawan diberikan ujian untuk membuktikan dirinya asli. Misalnya dengan uji kekuatan, pertarungan hidup mati dengan pahlawan palsu.

26	N	Solusi	Tugas diselesaikan. Pahlawan lolos dari ujian, bisa membuktikan dirinya adalah pahlawan asli.
27	R	Pengenalan	Pahlawan dikenali. Pahlawan asli dikenali dengan tanda yang melekat pada dirinya (tanda-tanda tubuh, keterampilan khusus yang hanya dimiliki oleh orang tertentu).
28	Ex	Pemaparan	Kedok terbuka : penjahat dan pahlawan palsu. Kedok pahlawan palsu terbuka dan menampilkan dirinya sebagai sosok yang jahat.
29	T	Perubahan rupa	Pahlawan mendapat penampilan baru. Pahlawan tampil dengan wajah baru. Dipisahkan dari mantra atau kutukan, menjadi pangeran tampan atau putri yang cantik.
30	U	Hukuman	Pahlawan dihukum. Penjahat dihukum, mengalami depresi, gila, atau berubah menjadi jelek.
31	W	Pernikahan	Pahlawan menikah dan memperoleh tahta.

Dalam penelitian ini, penulis akan menganalisis 31 fungsi tersebut yang nantinya akan menentukan karakter yang ada dalam sandiwara radio 'Kos-kosan Gayam'.

d. Oposisi Berlawanan

Dalam karakter yang disampaikan oleh Propp, nantinya akan ada dua karakter yang muncul sebagai tokoh utama dalam suatu cerita. Tahap selanjutnya, penulis akan menganalisis siapa dua tokoh utama dalam sandiwara radio 'Kos-kosan Gayam'.