

## PEMANFAATAN RADIO DAN TV KOMUNITAS SEBAGAI MEDIA HUMAS LEMBAGA PENDIDIKAN

Ali Rif'an

Sekolah Tinggi Agama Islam Ma'had Aly Al-Hikam Malang  
Pesma83@gmail.com

### **Abstract**

Public relations (PR) in an educational institution has an important role in addition to the positive image of the institution as well as the massive media publicity. Radio and television are a media community that continues to develop according to the needs of the times. This paper describes how the use of radio and television as one of medium of public relations education institutions associated with the policies within requirements of establishment, management, funding and material. With some of those provisions, the role and utilization of radio and television can be maximized.

**Keywords;** radio, television, public relation media, educational institution

### **Pendahuluan**

Berbicara tentang humas, dalam benak dan ingatan kita akan tertuju pada hal yang berhubungan dengan komunikasi, konferensi pers, informasi, dan *public relation*. Humas merupakan segenap kegiatan dan teknik atau kiat yang digunakan organisasi atau individu untuk menciptakan atau memelihara suatu sikap dan tanggapan yang baik dari pihak luar terhadap keberadaan dan aktivitasnya.

Pembahasan mengenai humas dalam lembaga pendidikan, dewasa ini masih kurang sekali difungsikan oleh masing-masing lembaga. Hal ini tidak terlepas dari kurangnya informasi dan pengetahuan yang dimiliki oleh para pengelola atau pelaksana dalam lembaga pendidikan, kecuali di tingkat perguruan tinggi, sudah ada staf atau petugas sendiri untuk bagian humas atau PR. Memang untuk lembaga pendidikan swasta atau dibawah naungan yayasan tertentu sudah mulai digunakan cara-cara ke-humas-an tersebut, tapi biasanya kurang maksimal walaupun ada *job description* untuk itu tidak bisa bekerja dengan baik serta kurang bisa membawakan peran bagaimana

semestinya bagian humas. Padahal fungsi humas untuk lembaga pendidikan itu sangatlah penting. Karena dengan adanya humas, lembaga pendidikan terlebih-lebih suwasta yang pada akhir-akhir ini sudah mulai bekerja keras untuk melanjutkan eksistensi sekolahnya supaya bisa menggunakannya sebagai salah satu cara efektif untuk membuat sekolahnya menjadi "ada" di masyarakat.

Pada dasarnya konsep dan aplikasi humas dalam suatu lembaga pendidikan bisa dan relatif mudah untuk dilaksanakan, walaupun yang penting dalam hal ini adalah adanya keinginan dari lembaga tersebut untuk sadar akan fungsi dan tugas dalam hal humas. Dan untuk merealisasikan itu semua banyak hal yang harus dilakukan oleh humas dalam suatu lembaga pendidikan.

Selain peran pers sebagai media yang paling banyak dimanfaatkan saat ini oleh lembaga pendidikan, terdapat beberapa media humas yang tidak kalah pentingnya demi menunjang kerja humas di lembaga pendidikan diantaranya; majalah sekolah atau buletin, papan informasi kegiatan dan Foto kegiatan, buku penghubung yang berisi kegiatan dan perilaku siswa, banner, kotak saran, forum komunikasi Orang tua siswa, *leaflet*, *talk show* dengan orang tua, *open house*, pameran, pentas, radio sekolah dan TV sekolah serta yang paling mutakhir pembuatan website atau blog di dunia maya baik yang gratis atau yang menggunakan domain sendiri. Semua media-media itu tidak lain adalah sebagai sarana untuk memaksimalkan fungsi humas dalam lembaga pendidikan.<sup>1</sup>

### **Humas (*Public Relation*) dalam Lembaga Pendidikan**

Istilah "humas" (hubungan masyarakat) sering kita persamakan dengan istilah bahasa asingnya dengan istilah *public relations*. Menurut Rachmad Kriyantono, penyamaan istilah tersebut kurang tepat. Arti kata *public* berbeda dengan makna kata *masyarakat*. Istilah "masyarakat"

---

<sup>1</sup> Edward F. DeRoche sebagaimana dikutip Ibrahim Bafadal mengemukakan beberapa media bagi humas yaitu: Education weeks, Recognition days, Home visits, Teachers aides, CARD (Community Agency Recognition Day), Parent Teachers Conference, Speaker's Bureau, Open House, Home Study, School and classroom newsletters, Calenders, Voting Reminder card, Success card, Local Newspaper, Career Specialist, Slide presentation, Coffe hour, Activity Displays, Class project in the community, Letters to the editor, Public performances, Fairs and tours, Telephone hotline, Strategy borrowing, Suggestion boxes. Ibrahim Bafadhal, *Teknik-Teknik Hubungan Sekolah / Madrasah dengan Masyarakat* (Materi Kuliah Manajemen Humas Program Pascasarjana UIN Malang. pada 17 Maret 2009.

mempunyai makna yang luas, makna kata *public* merupakan bagian dari masyarakat yang tertentu. Publik merupakan sekumpulan orang atau sekelompok masyarakat yang memiliki kepentingan yang sama terhadap sesuatu hal, namun juga tidak harus dalam satu wilayah geografis.<sup>2</sup> Namun, penyamaan itu sudah dianggap sebuah kewajaran dalam masyarakat.

Berikut adalah beberapa pengertian tentang PR untuk mengantarkan kita pada peran dan fungsinya dalam lembaga pendidikan, diantaranya John E. Marston mengartikan public relation sebagai kegiatan komunikasi persuasive dan terencana yang didesain untuk mempengaruhi public secara signifikan. "*Public relations is planned, persuasive communications designed to influence significant public*".<sup>3</sup> Sedangkan Scott, Center & Glen M. Broom mengartikan *public relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.<sup>4</sup> Di sisi lain, James Grunig & Todd Hunt dalam Kriyantono menjelaskan bahwa PR adalah manajemen komunikasi antara organisasi dengan publiknya.<sup>5</sup> Hal hampir senada juga disampaikan M. Linggar Anggoro mengemukakan bahwa PR adalah semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang berkepentingan dengannya.<sup>6</sup>

Berdasarkan definisi di atas pengertian humas dalam pendidikan secara umum adalah fungsi yang khas antara organisasi dengan publiknya, atau dengan kata lain antara lembaga pendidikan dengan warga internal (guru, karyawan, siswa) dan warga eksternal (wali siswa, masyarakat, institusi luar, patner sekolah, dll). Dalam konteks ini jelas bahwa humas atau *public relation* (PR) adalah termasuk salah satu elemen yang penting dalam suatu organisasi kelompok ataupun secara individu.

Dengan demikian, peran dan fungsi humas salah satunya adalah mengkomunikasikan informasi kepada publik internal dan eksternal secara profesional sehingga dapat meningkatkan citra institusi tersebut. Kehadiran institusi pendidikan memiliki tanggung jawab sosial bagi masyarakat,

---

<sup>2</sup>Rachmat Kriyantono, *Public Relations Writing: Membangun Public Relations Membangun Citra Korporat*, (Jakarta: Kencana, 2008), 2.

<sup>3</sup> John E. Martson, *Modern Public Relations* (New York, Mc Graw Hill, 1979),2.

<sup>4</sup> Scott M. Cutlip , Allen H. Center & Gleen M. Broom. *Effective Public Relations*. Alih Bahasa Tri Wibowo (Jakarta: Prenada Media, 2006), 6.

<sup>5</sup> Rachmat Kriyantono, *Public Relations Writing.*, 4.

<sup>6</sup> M. Linggar Anggoro, *Teori dan Aplikasi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2001), 1.

khususnya masyarakat sekitar. Tanggung jawab sosial yang dimanifestasikan dalam berbagai kegiatan akan menciptakan kepercayaan dari masyarakat. Institusi pendidikan tanpa dukungan yang kuat dari masyarakat, tidak akan mampu bertahan lama bagi kehidupan sosial.

Oleh sebab itu, pentingnya PR dalam institusi pendidikan disebabkan berbagai faktor antara lain, dinamika institusi pendidikan yang semakin besar dan berkembang, persaingan antara institusi pendidikan yang semakin ketat, tuntutan dan keinginan serta harapan publik terhadap pelayanan informasi yang makin tinggi, perkembangan TIK semakin luar biasa, pengaruh opini publik, citra dan sikap terhadap keadaan sosial ekonomi dan stabilitas suatu institusi, pengaruh media massa terhadap institusi serta dukungan dan citra publik terkait perkembangan institusi.<sup>7</sup>

Humas juga mempunyai tugas untuk mengadakan komunikasi ke dalam (*internal communication*), yang juga bertujuan mendapatkan dukungan dan pengertian dari bawah terhadap usaha-usaha organisasi disamping harus mampu memberikan saran kepada pimpinan untuk merumuskan kebijaksanaan, dan menumbuhkan *good will* yang baik terhadap citra organisasi.<sup>8</sup>

Humas yang baik, setidaknya mencerminkan dan memiliki ciri : (1). Humas merupakan kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik; (2). Humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh manajemen suatu organisasi; (3). Publik yang menjadi sasaran kegiatan humas adalah publik eksternal dan public internal; dan (4). Operasionalisasi humas adalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik dan mencegah terjadinya rintangan psikologis, baik yang timbul dari pihak organisasi maupun dari pihak publik.<sup>9</sup>

Berdasarkan ciri humas di atas, fungsi humas dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi;
- 2) Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik eksternal maupun publik internal;

---

<sup>7</sup> Seminar Strategi *Public Relation di Institusi Pendidikan* dalam <http://www.um.ac.id/news/132.htm>, di akses pada 15 Mei 2013.

<sup>8</sup> Dja'far Husin Assegaf, *Hubungan Masyarakat Dalam Praktek* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1987), 21.

<sup>9</sup> Onong Uchyana Effendi, *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1998).

- 3) Mencitakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi
- 4) Melayani publik dan memberi saran pimpinan organisasi demi kepentingan umum.

## Radio dan TV Komunitas Dalam Lembaga Pendidikan

### a. Radio Komunitas

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan gelombang elektromagnetik. Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara). Radio yang dikelola oleh suatu kelompok tertentu sering disebut dengan radio komunitas. Radio komunitas adalah stasiun siaran radio yang dimiliki, dikelola, diperuntukkan, diinisiatifkan dan didirikan oleh sebuah komunitas. Pelaksana penyiaran (seperti radio) komunitas disebut sebagai lembaga penyiaran komunitas. Radio komunitas juga sering disebut sebagai radio sosial, radio pendidikan, atau radio alternatif. Intinya, radio komunitas adalah "dari, oleh, untuk dan tentang komunitas".<sup>10</sup> Radio komunitas sebagai salah satu bagian dari sistem penyiaran Indonesia secara praktek ikut berpartisipasi dalam penyampaian informasi yang dibutuhkan komunitasnya, baik menyangkut aspirasi warga masyarakat maupun program-program yang dilakukan pemerintah untuk bersama-sama menggali masalah dan mengembangkan potensi yang ada di lingkungannya.

Pemanfaatan radio sebagai media humas dalam lembaga pendidikan memiliki beberapa karakteristik dan keunggulan, disamping juga ada beberapa kelemahan didalamnya. Diantaranya adalah:

No	Keunggulan	Kelemahan
1.	<i>Rich of Imagination:</i> Radio kaya dengan imajinasi pendengarnya akan penyiar ataupun materi siarannya.	Radio adalah "suara", untuk didengar. Karenanya isi siaran hanya sebatas lalu dan tidak dapat diulang.
2.	<i>Radio Speaks to millions:</i> radio didengar oleh banyak	Dalam menyampaikan pesannya, radio bersikap

<sup>10</sup> Radio Komunitas dalam [http://id.wikipedia.org/wiki/Radio\\_komunitas](http://id.wikipedia.org/wiki/Radio_komunitas)  
Diakses  
pada tanggal 16 Juli 2014.

	khalayak yang tersebar di berbagai tempat.	otoriter karena merupakan komunikasi searah.
3.	Pesan yang disampaikan radio sangat cepat jika dibandingkan dengan koran dan TV.	Informasi relatif singkat, tidak mampu menyampaikan data lengkap dan rinci (bila diperlukan konsumen/pendengar)
4.	Kecuali dalam hal area dan frekuensi radio tidak memunyai batasan, siapapun boleh mendengarkan, kapanpun dan dimanapun (bahkan oleh orang buta huruf sekalipun).	Jangkauan pendengarnya massal, sehingga pemilahan (untuk kepentingan pembidangan pangsa pasar tertentu) sering sulit dilakukan.
5.	Tidak memerlukan perhatian terfokus : bisa didengarkan secara sambilan	Radio sulit menjelaskan gambar, grafik data atau hal-hal lain yang dapat menimbulkan salah paham
6.	Radio adalah media elektronik termurah, baik pemancar maupun penerimanya	Informasi yang disampaikan hanya selintas saja, karenanya tidak dapat terdokumenkan oleh pendengarnya.
7.	Pendengar radio tidak tetap di depan layar, seperti halnya menonton televisi.	Radio anti detail. informasi yang disampaikan apabila disampaikan secara detail akan sangat membosankan.
8.	Materi program radio dapat diproduksi secara cepat dan murah serta dapat menggunakan berbagai bahasa.	Radio kadang juga mengganggu bagi mereka yang ada disekitarnya. selain karena pemborosan energi, juga menjadi sumber polusi suara.
9.	Pesan yang disiarkan oleh radio didengarkan khalayak ramai.	MInimnya partisipasi komunitas juga dipandang sebagai salah satu kendala.
10.	Hampir setiap radio punya	Frekuensi dan jangkauannya

	kelompok pendengar setia (fans club). <sup>11</sup>	terbatas. Frekuensi (FM 107,7 Mhz; 107,8 Mhz; 107,9 Mhz) dan jangkauan 2,5 KM.
--	-----------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------

Dipandang dari kondisi makro, radio komunitas saat ini tengah mengalami masa transisi yakni perubahan dari *image* sebagai radio (yang dianggap) ilegal menjadi radio komunitas. Pada periode sebelum awal 2000-an, "radio komunitas" merupakan bentuk penyiaran yang banyak memiliki berbagai ciri negatif, dan secara perlahan beralih dan menata diri menuju radio legal dan melakukan penyesuaian dalam visi dan misinya yang berbasis pada komunitasnya termasuk juga di lembaga pendidikan.

Radio komunitas saat ini hanya diperbolehkan beroperasi pada tiga kanal (menurut ketentuan Kepmenhub no 15 tahun 2002 dan no 15A tahun 2003) yakni di frekuensi FM 107,7 Mhz; 107,8 Mhz; 107,9 Mhz, dengan jangkauan yang terbatas (power maksimal 50 watt dan jangkauan layanan maksimal 2,5 km).<sup>12</sup>

## b. Televisi Komunitas

Kemunculan televisi komunitas di Indonesia tidak terlepas dari proses kritik terhadap keberadaan berbagai televisi di Indonesia itu sendiri, dimana stasiun televisi sebagai media massif yang efektif ternyata tidak mencerahkan kehidupan masyarakat. Sebagian besar program siaran yang ditayangkan tidak mendidik dan jauh dari realitas kehidupan sosial masyarakat kita. Sinetron misalnya, selalu mengetengahkan kemewahan yang tidak dipunyai masyarakat kebanyakan. Kritik lain adalah, program siaran televisi yang kurang mendidik.

Televisi menurut Mc Quail menjadi media dominan, bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial, tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif. Media menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan.<sup>13</sup> Perkembangan media sebenarnya diikuti oleh tuntutan kepada media untuk

---

<sup>11</sup> Daya tarik dalam media radio paling tidak disebabkan sifatnya yang serba hidup berkat 3 unsur yang ada padanya, yakni: Musik, kata-kata penyiar dan efek suara (*sound effect*). Lihat, Onong Uchjana Efendi, *Radio Siaran: Teori dan Praktek* (Bandung: Mandar Maju, 1991) Cet. Ke-3, 77.

<sup>12</sup> Imam Prakoso dan Budhi Hermanto, *Peran strategis Radio Komunitas*, dalam <http://suarakomunitas.com/content/files/1220601443.doc>. diakses pada 20 Juli 2014.

<sup>13</sup> Denis Mc Quail, *Teori Komunikasi Massa* (Jakarta: Erlangga, 1996), 3.

memiliki suatu tanggungjawab sosial. Kebebasan yang dimiliki media perlu disertai tanggungjawab sosial dan kecenderungan berorientasi pada kepentingan umum, baik secara individual maupun kelompok.<sup>14</sup>

Televisi komunitas lahir menjadi tonggak baru dalam dunia penyiaran di Indonesia. Media komunitas ini hadir sebagai media alternatif yang mengusung keberagaman kepemilikan (*diversity of ownership*), yang juga mendorong adanya keberagaman isi (*diversity of content*) dalam program-program siaran karena melayani komunitasnya yang juga beragam. Karena keberagaman kepemilikan itulah, masyarakat bisa melakukan kontrol sendiri (*self controlling*) terhadap isi siaran. Pengelola televisi komunitas tidak bisa sewenang-wenang menayangkan program siaran yang tidak sesuai dengan nilai, aturan, maupun budaya lokal.<sup>15</sup>

Media penyiaran merupakan alat kontrol masyarakat kepada negara yang cukup efektif. Media penyiaran juga mampu menampilkan citra buatan mengenai realitas sosial (yang didalamnya juga citra lembaga pendidikan). Dimana sifat media yang bisa mempengaruhi persepsi, sikap, dan perilaku massa.<sup>16</sup>

Berikut adalah beberapa kelebihan berikut kelemahan dalam media televisi sebagai media humas dalam lembaga pendidikan, yaitu:

No	Keunggulan	Kelemahan
1.	Televisi mempunyai Kesan realistik. Karena berbentuk audio visual	Informasi relatif singkat, tidak mampu menyampaikan data lengkap dan rinci (bila diperlukan konsumen)
2.	Masyarakat lebih tanggap : ditonton dalam suasana santai, rekreatif	Pembuatan program TV relatif lebih mahal dan lebih lama dibanding dengan radio.
3.	Adanya repetisi/ pengulangan	Pembuatan acara TV cukup lama, dibanding media lain
4.	Adanya pemilahan area	Jangkauan pemirsa massal,

<sup>14</sup> Fred Wibowo, *Dasar-Dasar Produksi Program Televisi* (Jakarta: Gramedia, 1997), 58.

<sup>15</sup> Budhi Hermanto, *Televisi Komunitas Sebuah Media Alternatif* dalam <http://www.kabarindonesia.com>, diakses pada 20 Juli 2014.

<sup>16</sup> Dedy Jamaluddin Malik, *Jurnalisme Islam dan Ukhuwah Islamiyah* (Yogyakarta: Benteng, 1997), 7.



	siaran (zoning) dan jaringan kerja (networking) yang mengefektifkan penjangkauan masyarakat	sehingga pemilahan (untuk kepentingan pembidangan pangsa pasar tertentu) sering sulit dilakukan
5.	Terkait erat dengan media lain	Relatif mahal dalam pengadaan barang-barang kelengkapannya.
6.	Fungsi utama Televisi adalah sebagai media informasi dan hiburan	Mencerminkan simbol status, sehingga cenderung memperjarak kelas sosial.
7.	televisi komunitas mendiami geografis tertentu dan melayani komunitas dalam batasan geografis tersebut.	
8.	televisi komunitas menjadi bagian dari proses membuat masyarakat berdaya.	

### **Kebijakan Penyiaran Komunitas dalam Lembaga Pendidikan**

Media penyiaran komunitas dapat dipahami sebagai media penyiaran dari komunitas, oleh komunitas dan untuk komunitas itu sendiri. Karena itu, menurut UU penyiaran no 32/ 2002 bagian keenam pasal 21 menjelaskan bahwa media penyiaran komunitas sebagai berikut:<sup>17</sup>

- 1) *Lembaga Penyiaran Komunitas merupakan lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia, didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen, dan tidak komersial, dengan daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya.*
- 2) *Lembaga Penyiaran Komunitas sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) diselenggarakan :*
  - a). *tidak untuk mencari laba atau keuntungan atau tidak merupakan bagian perusahaan yang mencari keuntungan semata; dan*
  - b). *untuk mendidik dan memajukan masyarakat dalam mencapai kesejahteraan, dengan melaksanakan program*

<sup>17</sup> Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran dalam [http://www.mastel.or.id/files/regulasi/UU\\_No.\\_32\\_Tahun\\_2002\\_tentang\\_Penyiaran.pdf](http://www.mastel.or.id/files/regulasi/UU_No._32_Tahun_2002_tentang_Penyiaran.pdf). di akses pada tanggal 16 Mei 2009.

*acara yang meliputi budaya, pendidikan, dan informasi yang menggambarkannya identitas bangsa.*

- 3) *Lembaga Penyiaran Komunitas merupakan komunitas nonpartisan yang keberadaannya organisasinya:*
  - a). *tidak mewakili organisasi atau lembaga asing serta bukan komunitas internasional;*
  - b). *tidak terkait dengan organisasi terlarang; dan*
  - c). *tidak untuk kepentingan propaganda bagi kelompok atau golongan tertentu.*

Pada Pasal 22 dan 23 lebih lanjut dinyatakan tentang pendirian dan sumber pembiayaan siaran komunitas yang didalamnya radio dan TV komunitas yaitu:

- (1) *Lembaga Penyiaran Komunitas didirikan atas biaya yang diperoleh dari kontribusi komunitas tertentu dan menjadi milik komunitas tersebut.*
- (2) *Lembaga Penyiaran Komunitas dapat memperoleh sumber pembiayaan dari sumbangan, hibah, sponsor, dan sumber lain yang sah dan tidak mengikat.*

Dan Pasal 23 yang berbunyi:

- (1) *Lembaga Penyiaran Komunitas dilarang menerima bantuan dana awal mendirikan dan dana operasional dari pihak asing.*
- (2) *Lembaga Penyiaran Komunitas dilarang melakukan siaran iklan dan/atau siaran komersial lainnya, kecuali iklan layanan masyarakat.*

Dan Pasal 24 berisi tentang kode etik dan tata aturan pelanggaran terhadap kode etik, yaitu:

- (1) *Lembaga Penyiaran Komunitas wajib membuat kode etik dan tata tertib untuk diketahui oleh komunitas dan masyarakat lainnya.*
- (2) *Dalam hal terjadi pengaduan dari komunitas atau masyarakat lain terhadap pelanggaran kode etik dan/atau tata tertib, Lembaga Penyiaran Komunitas wajib melakukan tindakan sesuai dengan pedoman dan ketentuan yang berlaku.*

Berdasarkan hal di atas, maka saat ini sesuai dengan perundang – undangan yang berlaku di Indonesia hanya ada 4 media penyiaran, yakni: Media Penyiaran Publik, Media Penyiaran Swasta, Media Penyiaran

Berlangganan dan Media Penyiaran Komunitas. Jenis dan perbedaannya adalah sebagai berikut:

<b>PENYIARAN</b>	<b>SWASTA</b>	<b>PUBLIK</b>	<b>KOMUNITAS</b>
Inisiatif penyusunan materi siaran	Pengelola berdasarkan hasil rating (peringkat) dari surveyor dan juga selera/kreativitas para pengelola.	Pengelola berdasarkan keputusan manajemen	Pengelola berdasarkan hasil diskusi dan kesepakatan bersama komunitasnya
Orientasi materi siaran	Diarahkan kepada segmen pasar yang disasar.	Luas untuk informasi kepada publik dari berbagai kalangan.	Kepentingan dan kebutuhan warga di wilayah tersebut
Sumber Informasi	Berasal dari informasi resmi, pejabat formal pemerintah/punya nama besar, tokoh selebritis	Pejabat formal menurut pemerintah.	Tidak harus pejabat, bisa orang biasa, tokoh informal, petani, orang miskin dsbnya.
Keragaman tema	Cenderung mengikuti keinginan dan selera pasar	Cenderung mengikuti keinginan dan norma	Bergantung kepada tema-tema yang dibutuhkan warga setempat.
Pakem dan dialek	Cenderung mengikuti gaya bicara orang kota (Jakarta)	Menggunakan bahasa-bahasa formal dan kaku	Lebih mengikuti dialek lokal dan kebiasaan berbicara setempat.
Kontrol terhadap isi siaran	Selain pihak yang berwenang, pemilik dan juga pengiklan mengontrol isi	Selain pihak yang berwenang saat ini masih dikontrol oleh pemerintah	Selain pihak berwenang adalah warga masyarakat langsung dan

	siaran.	karena membiayainya.	juga Dewan Penyiaran Komunitasnya.
--	---------	----------------------	------------------------------------

Sedangkan dalam PP Republik Indonesia No. 51 tahun 2005 tentang penyelenggaraan penyiaran lembaga penyiaran komunitas pasal 4 ayat 2 menyatakan bahwa:

*Lembaga Penyiaran Komunitas didirikan dengan persetujuan tertulis dari paling sedikit 51% (lima puluh satu perseratus) dari jumlah penduduk dewasa atau paling sedikit 250 (dua ratus lima puluh) orang dewasa dan dikuatkan dengan persetujuan tertulis aparat pemerintah setingkat kepala desa/lurah setempat.<sup>18</sup>*

Sedangkan terkait dengan batas waktu siaran, berdasarkan pada PP No. 51 tahun 2005 pasal 6 di atas adalah:

*Lembaga Penyiaran Komunitas dalam menyelenggarakan siarannya:*

- a. melaksanakan siaran paling sedikit 5 (lima) jam per hari untuk radio dan 2 (dua) jam per hari untuk televisi;*
- b. tidak berfungsi hanya sebagai stasiun relai bagi stasiun penyiaran lain;*
- c. melibatkan peran komunitasnya.*

Diskursus mengenai televisi komunitas mulai mengemuka untuk pertamakalinya ketika diselenggarakan kegiatan seminar dan workshop "Masa Depan Televisi Komunitas di Indonesia" oleh Fakultas Film dan Televisi IKJ di Jakarta pada bulan Mei 2007, yang dihadiri sejumlah lembaga dari perguruan tinggi, LSM, aktivis penyiaran dan pemerintah. Beberapa point penting yang dihasilkan pada forum tersebut adalah:<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 51 tahun 2005 tentang penyelenggaraan penyiaran lembaga penyiaran komunitas dalam <http://www.bpkp.go.id/unit/hukum/pp/2005/051-05.pdf>, di akses pada tanggal 20 Juli 2014.

<sup>19</sup> Budhi Hermanto, *Sejarah Televisi Komunitas di Indonesia*, dalam [http://opensource.telkomspeedy.com/furusato/atvki/artikel/sejarah\\_tv\\_komunitas\\_ind.pdf](http://opensource.telkomspeedy.com/furusato/atvki/artikel/sejarah_tv_komunitas_ind.pdf), di akses pada tanggal 20 Juli 2014.

Pertama, *community* dimaknai citizen sehingga televisi komunitas mendiami geografis tertentu dan melayani komunitas dalam batasan geografis tersebut. Televisi komunitas diharapkan menyuarakan kepentingan dan kebutuhan warga dalam geografis tersebut, baik televisi berbasis warga, maupun televisi sekolah/kampus. Karenanya televisi komunitas tidak studio based, tetapi field based sehingga program siaran televisi komunitas tidak terhambat karena harus memenuhi "standard broadcasting" sebagaimana stasiun televisi swasta. Dengan menggunakan ruang public sebagai studio siaran bagi televisi komunitas, ia justru sedang memenuhi keragaman isi (diversity of content) berdasar realitas kehidupan komunitasnya.

Kedua, Isi siaran TV komunitas pada intinya membebaskan manusia dari keterasingan sebagai konsekuensi logis dari tekanan kapitalisme. Dalam kaitan ini, kehadiran media komunitas diharapkan dapat digunakan untuk menyambung kembali relasi sosial dalam lingkungan komunitas. Televisi komunitas sebagai *community broadcasting* menyuarakan suara akar rumput yang tidak terwadahi dalam media mainstream, sehingga ia mampu memberikan akses informasi pada masyarakat tentang kehidupan sehari-hari sekaligus mampu merangsang dialog sebagai bagian dari proses demokratisasi dan kontrol sosial serta memberikan lahan subur bagi budaya, identitas dan kearifan lokal.

Program siaran yang baik dalam televisi komunitas adalah yang dekat dengan masyarakatnya, bahasanya dikenal, struktur bahasa dipahami, masalah digali dari masyarakat lokal, memakai musik dan gambar yang dikenal di daerah tersebut. Dengan ini, *community broadcasting* diharapkan membuat masyarakat lebih suka menonton karena mereka bisa menonton/mendengar sesuatu yang berhubungan dengan mereka sendiri.

Ketiga, televisi komunitas harus menjadi bagian dari proses membuat masyarakat berdaya. Harus ada proses pemberdayaan, bahkan jika itu diinisiasi oleh orang luar komunitasnya. Salah satu proses pemberdayaan yang bisa dilakukan adalah menjadikan televisi komunitas sebagai outlet bagi produk gerakan media literacy atau pendidikan melek media, sehingga masyarakat bisa kritis terhadap isi siaran media.

Keempat, advokasi bagi pendirian dan perijinan televisi komunitas. Kendati telah terakomodasi dalam UU Penyiaran No 32 tahun 2002, keberadaan televisi komunitas masih membutuhkan bantuan advokasi, khususnya terkait dengan perijinan, alokasi frekuensi dan standart teknis bagi televisi komunitas. Advokasi juga diperlukan terkait dengan perkembangan teknologi digital dalam penyiaran yang akan diberlakukan oleh pemerintah bagi dunia penyiaran di Indonesia.

Kelima, televisi komunitas membutuhkan dedikasi karena tidak berorientasi mencari keuntungan. Modal utama bagi televisi komunitas adalah partisipasi masyarakat. Sehingga program siaran televisi komunitas merepresentasikan, merefleksikan sekaligus melibatkan komunitas, bukan perorangan. Televisi komunitas juga harus bertanggung jawab atas produk yang diproduksi.

Keenam, pengembangan jaringan. Untuk mewujudkan harapan sebagaimana terurai pada point diatas. Televisi komunitas perlu mengembangkan jaringan kerjasama dengan berbagai pihak. Khususnya untuk penguatan kapasitas baik ketrampilan maupun pengetahuan bagi para pengelola televisi komunitas.

Dengan demikian, dalam lembaga pendidikan, berdasarkan Undang-Undang penyiaran no 32/ 2002 dan PP Republik Indonesia No. 51 tahun 2005 tentang penyelenggaraan penyiaran lembaga penyiaran komunitas di atas beserta beberapa peluang yang mungkin dapat dimanfaatkan oleh lembaga pendidikan adalah bahwa peran media komunitas yang ingin dimanfaatkan adalah sebagai alat dan bukan sebagai tujuan.

Dalam perencanaan media penyiaran komunitas di lembaga pendidikan, ada beberapa hal yang perlu dipersiapkan diantaranya adalah menjawab pertanyaan berikut:

- 1) Masalah Tehnis, meliputi: a). Apa saja alat yang dibutuhkan?; b). Bagaimana peralatan diadakan ?; 3). Berapa jauh jangkauan siaran ?.
- 2) Masalah Manajerial, meliputi: a). Siapa pengelola dan bagaimana mengelola agar dapat bersiaran secara konsisten? Dan b). Bagaimana mendapatkan pendanaan (*fundraising*) sehingga dapat berkelanjutan?.

### **Pendirian Radio dan TV Komunitas bagi Lembaga Pendidikan**

Berdasarkan PP Republik Indonesia No. 51 tahun 2005 tentang penyelenggaraan penyiaran lembaga penyiaran komunitas bagian ketiga pasal 8 telah diatur bagaimana prosedur perijinan dilakukan sebagai berikut:<sup>20</sup>

- 1). *Sebelum menyelenggarakan kegiatan, Lembaga Penyiaran Komunitas wajib memperoleh izin penyelenggaraan penyiaran.*
- 2). *Untuk memperoleh izin penyelenggaraan penyiaran Lembaga Penyiaran Komunitas, Pemohon mengajukan permohonan izin tertulis kepada Menteri melalui KPI dengan*

---

<sup>20</sup> Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 51 tahun 2005 tentang *Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Komunitas.*

*mengisi formulir yang disediakan dan memenuhi persyaratan sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Pemerintah ini.*

3). *Pemohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dibuat rangkap 2 (dua) masing-masing 1 (satu) berkas untuk Menteri dan 1 (satu) berkas untuk KPI dengan melampirkan persyaratan administrasi, program siaran, dan data teknik penyiaran sebagai berikut:*

a. *Persyaratan administrasi:*

- i. latar belakang maksud dan tujuan pendirian serta mencantumkan nama, visi, misi, dan format siaran yang akan diselenggarakan;*
- ii. akta pendirian dan perubahannya beserta pengesahan badan hukum atau telah terdaftar pada instansi yang berwenang;*
- iii. susunan dan nama para pengurus penyelenggara penyiaran;*
- iv. studi kelayakan dan rencana kerja;*
- v. uraian tentang aspek permodalan;*
- vi. uraian tentang struktur organisasi mulai dari unit kerja tertinggi sampai unit kerja terendah, termasuk uraian tata kerja yang melekat pada setiap unit kerja;*

b. *Program siaran:*

- 1). uraian tentang waktu siaran, sumber materi mata acara siaran, khalayak sasaran;*
- 2). prosentase mata acara siaran keseluruhan dan rincian siaran musik, serta pola acara siaran harian dan mingguan.*

c. *Data Teknik Penyiaran:*

- 1). daftar inventaris sarana dan prasarana yang akan digunakan, termasuk peralatan studio dan pemancar, jumlah dan jenis studio serta perhitungan biaya investasinya;*
- 2). gambar tata ruang studio dan peta lokasi stasiun penyiaran, gambar tata ruang stasiun pemancar dan peta lokasi stasiun pemancar, serta gambar peta wilayah jangkauan siaran dan wilayah layanan siarannya;*
- 3). spesifikasi teknik dan sistem peralatan yang akan digunakan beserta diagram blok sistem konfigurasinya;*

4). *Usulan saluran frekuensi dan kontur diagram yang diinginkan.*

Setelah pengurusan selesai dan mendapatkan izin penyelenggaraan penyiaran, Lembaga Penyiaran Komunitas wajib melalui masa uji coba siaran paling lama 6 (enam) bulan untuk jasa penyiaran radio dan paling lama 1 (satu) tahun untuk jasa penyiaran televisi, sebelum memperoleh izin tetap penyelenggaraan penyiaran dari Menteri.

### **Pengelola Radio dan TV Komunitas bagi Lembaga Pendidikan**

Pengelola dalam penyiaran komunitas, yang didalamnya juga di lembaga pendidikan, berdasarkan PP Republik Indonesia No. 51 tahun 2005 pasal 30 adalah sebagai berikut:

*"Susunan Pengurus Lembaga Penyiaran Komunitas terdiri atas unsur pemimpin utama yang dibantu oleh unsur penanggung jawab bidang umum, bidang siaran, dan bidang teknik".*

Dari hal di atas, paling tidak ada 4 personil yang perlu ada dalam pengelolaan penyiaran komunitas (baik itu radio maupun TV komunitas), yaitu: pimpinan umum, penanggung jawab bidang umum, bidang siaran serta bidang teknik.

1. Pemimpin utama bertugas merencanakan, melaksanakan, dan mengawasi seluruh penyelenggaraan siaran. Di dalam lembaga pendidikan, biasanya tugas pemimpin utama ini ditugaskan pada waka bidang humas, atau guru tertentu yang ditunjuk.
2. Penanggung jawab bidang umum bertugas merencanakan, melaksanakan dan mengawasi administrasi, keuangan, perlengkapan, dan kepegawaian.
3. Penanggung jawab bidang siaran bertugas merencanakan, melaksanakan, dan mengawasi penyelenggaraan siaran.
4. Penanggung jawab teknik bertugas merencanakan, melaksanakan, dan mengawasi operasional teknik penyiaran.

Dalam menjalankan kinerjanya, bidang umum, bidang siaran dan juga bidang teknik ini dibantu oleh beberapa siswa yang tergabung dalam organisasi siswa bidang penyiaran atau mereka yang mempunyai hobi tentang kepenyiaran baik itu melalui rekrutmen atau pengajuan diri. Misalnya untuk penyiar, wartawan, model (dalam acara TV), tenaga teknis, dan lainnya, pihak penanggung jawab dapat merekrut siswa sesuai dengan bakat dan skillnya pada posisi-posisi yang sesuai.



### **Pendanaan Radio dan TV Komunitas dalam Lembaga Pendidikan**

Pendanaan dalam penyiaran komunitas, yang didalamnya juga di lembaga pendidikan, berdasarkan PP Republik Indonesia No. 51 tahun 2005 pasal 34 adalah sebagai berikut:

- (1) *Lembaga Penyiaran Komunitas didirikan dengan modal awal yang diperoleh dari kontribusi komunitasnya yang berasal dari 3 (tiga) orang atau lebih yang selanjutnya menjadi milik komunitas.*
- (2) *Lembaga Penyiaran Komunitas dapat memperoleh sumber pembiayaan dari sumbangan, hibah, sponsor, dan sumber lain yang sah dan tidak mengikat.*
- (3) *Lembaga Penyiaran Komunitas dilarang menerima bantuan dana awal pendirian dan dana operasional dari pihak asing.*

Berkaitan dengan masalah modal pendirian dan sumber pembiayaan, ketentuan-ketentuan pada pasal-pasal 21 s/d 23 Undang-Undang Penyiaran no 32/ 2002 tegas-tegas mengatur sebagai berikut :

- (a) tidak komersial – pasal 21 ayat ( 1 )
- (b) tidak untuk mencari laba atau tidak merupakan bagian perusahaan yang mencari keuntungan semata– pasal 21 ayat ( 2 ) butir a
- (c) didirikan atas biaya yang diperoleh dari kontribusi komunitas – pasal 22 ayat (1)
- (d) dilarang menerima bantuan dana awal mendirikan dan dana operasional dari pihak asing – pasal 23 ayat (1)
- (e) dilarang melakukan siaran iklan dan/atau siaran komersial lainnya – pasal 23 ayat ( 2 ).<sup>21</sup>

Berdasarkan batasan dan ketentuan pembiayaan di atas, maka di lembaga pendidikan, modal berasal dari lembaga yang bersangkutan. Selain itu, lembaga pendidikan yang bersangkutan juga diperkenankan mendapatkan dana lain selain dari komunitas dengan cara sumbangan (donatur), hibah, sponsor, beserta sumber lain yang sifatnya tidak mengikat demi keberlanjutan siaran yang telah direncanakan.

### **Materi Radio dan TV Komunitas Lembaga Pendidikan**

Informasi bersumber dari manusia, peristiwa dan realita. Informasi yang bersumber dari ide atau gagasan manusia bila di olah melalui pendektan artistik akan menjadi karya artistik yang lebih mengutamakan

---

<sup>21</sup> Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran

keindahan, sedangkan informasi yang bersumber peristiwa, pendapat dan realita akan mengandung nilai berita yang lebih mengutamakan permasalahan aktual.<sup>22</sup>

Siaran radio dan juga Televisi secara garis besar juga terdiri dari siaran karya artistik dan juga jurnalistik. Berikut perbedaan antara karya artistik dan jurnalistik:

No	Karya Artistik	Karya Jurnalistik
1.	Sumber : Ide/gagasan	Sumber : permasalahan hangat
2.	Mengutamakan keindahan	Mengutamakan kecepatan / aktualitas
3.	Isi berita bisa fiksi dan non fiksi	Isi pesan harus faktual
4.	Penyajian tidak terikat waktu	Penyajian terkait waktu
5.	Sasaran kepuasan pemirsa/pendengar	Sasaran kepuasan dan kepercayaan pendengar / pemirsa
6.	Memenuhi rasa kagum/ penghargaan	Memenuhi rasa ingintahu pendengar/ pemirsa
7.	Improvisasi tidak terbatas	Improvisasi terbatas
8.	Isi pesan terikat dengan kode moral	Isi pesan terikat pada kode etik. <sup>23</sup>
9.	Penggunaan bahasa bebas	Menggunakan bahasa jurnalistik (ekonomis kata dan bahasa)
10.	Refleksi daya khalayak kuat	Refleksi penyajian kuat
11.	Isi pesan tentang realitas sosial	Isi pesan menyerap realitas sosial

Karena atas dasar hal diatas itulah, fleksibel adalah salah satu ciri khas pembuatan program siaran di radio ataupun Televisi komunitas. Fleksibel artinya bebas merancang dan merubah program dengan spontan, tidak bergantung kepada kemauan perorangan atau sponsor. Pengalaman beberapa radio atau Televisi komunitas, tidak hanya menunjukkan program

<sup>22</sup> J.B. Wahyudi, *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*, (Jakarta: Gramedia, 1994), 17-19

<sup>23</sup> Kode Etik dalam konteks kehumasan di Indonesia terkait dengan tindak pelanggaran antara lain terkait dengan Komitmen pribadi (pasal 1), Perilaku terhadap klien atau atasan (pasal 2), Perilaku terhadap Masyarakat dan Media Massa (pasal 3), perilaku terhadap sejawat (pasal 4) . dalam John Tondowidjoyo, *Dasar da Arah Public Relationship* (Jakarta: PT. Gramedia, 2002), 65-68.

siaran yang kreatif dan bernuansa budaya lokal, tetapi juga merespon kehendak dan kepentingan dari warga komunitas setempat.

Berikut adalah beberapa tahap membuat program siaran baik itu di radio komunitas maupun Televisi komunitas.

No	Langkah	Kegiatan
1.	Observasi	<p>Mendengarkan masukan langsung dari warga sekolah/ lembaga pendidikan, misalnya melalui diskusi, rapat, kotak saran atau tempat berkumpul siswa dan warga sekolah, disamping juga aspirasi masyarakat lainnya. Hal ini dilakukan pengelola mengingat kurangnya animo warga sekolah menyampaikan saran secara tertulis atau datang langsung ke studio.</p> <p>Hal-hal yang ditanyakan kepada warga sekolah dan masyarakat antara lain :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Apa saja kebutuhan mereka atas sebuah program siaran?</li> <li>◆ Kapan program itu sebaiknya disiarkan?</li> <li>◆ Siapa saja yang bersedia aktif menjadi pendengarnya?</li> <li>◆ Bagaimana cara menyajikannya agar selalu enak didengar?</li> </ul>
2.	Rapat Koordinasi	<p>Masukan warga dikoordinasikan bersama semua koordinasi kru sehingga menghasilkan satu atau beberapa program. Programmer menyusun konsep program, memberi judul dan melakukan sosialisasi rencana penyiaran kepada pendengar.</p>
3.	Uji coba penyiaran	<p>Ujicoba dilakukan dengan cara menyiarkan penyiaran program selama dua hingga empat minggu kemudian mengevaluasinya. Jika mendapat respon, maka program tersebut dilanjutkan, tetapi jika respon warga sekolah kurang baik, maka program dihentikan dan diganti dengan program lain berdasarkan</p>

		observasi berikutnya.
--	--	-----------------------

Bongkar pasang program bukan pantangan, pengelola dapat melakukannya secara fleksibel tergantung hasil kajian, observasi dan masukan dari warga komunitas. Dalam menyusun program, pengelola berusaha konsisten menggunakan bahasa Indonesia atau bahasa lokal atau kalau dalam sekolah tertentu dapat menggunakan bahasa asing. Dengan cara ini, acara-acara yang disuguhkan dapat diterima oleh warga. Dalam setiap kali penyiaran, pengelola tidak terlalu patuh kepada teori pemrograman yang biasanya diacu radio atau Televisi swasta. Penyiar bebas menerapkan gaya dan kemampuan siarannya sepanjang sesuai misi radio ataupun Televisi sebagaimana dirancang sebelumnya.

Karena itulah, maka PR dalam lembaga pendidikan dapat menggunakan sedikit orang, menggunakan pendekatan yang selektif serta merangkai pesan-pesan secara rinci untuk pendengar ataupun pemirsa yang telah ditentukan.<sup>24</sup> Ada beberapa acara yang biasanya menjadi prioritas adalah masalah-masalah yang terkait dengan: Pendidikan, Keagamaan, Seni dan budaya, Hiburan (Music, lawak, dsb), Iklan masyarakat, Penerangan umum tentang masyarakat, Ilmu pengetahuan dan teknologi, Berita actual dan non actual, Penjelasan masalah hangat seperti: wawancara, diskusi panel, momolog, siaran langsung, komentar, dll.

### Kesimpulan

Humas dalam lembaga pendidikan, dewasa ini masih kurang difungsikan oleh masing-masing lembaga dengan baik. Hal ini tidak terlepas dari kurangnya informasi dan pengetahuan yang dimiliki oleh para pengelola atau pelaksana dalam lembaga, kecuali di level universitas atau lembaga-lembaga tertentu yang secara finansial tidak menjadi permasalahan krusial, sudah ada staf atau petugas sendiri untuk bagian humas atau PR. Memang untuk lembaga pendidikan swasta atau dibawah naungan yayasan tertentu sudah mulai digunakan cara-cara media elektronik tersebut, tapi biasanya kurang maksimal. Dan walaupun ada *job description* untuk itu, seorang humas tidak bisa bekerja dengan baik serta kurang bisa membawakan peran bagaimana semestinya, terlebih pada lembaga pendidikan swasta, yang pada akhir-akhir ini sudah mulai bekerja keras untuk melanjutkan eksistensi

---

<sup>24</sup> Collin Coulson –Thomas, *Public Relation : Pedoman Praktis Untuk PR*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2002)

lembaganya supaya bisa menggunakannya sebagai salah satu cara efektif untuk membuat sekolahnya menjadi “ada” di masyarakat.

Radio dan Televisi komunitas merupakan salah satu dari sekian banyak media yang dapat dimanfaatkan oleh bagian Humas sebagai alat untuk publikasi, membangun *image* dan citra, ajang kreativitas siswa dan lain sebagainya jika dikelola dengan baik. Namun, tentunya sumber daya manusia (pengelola), alokasi pendanaan, dan juga materi juga harus di pertimbangkan sebelum menggunakan Radio dan Televisi komunitas sebagai salah satu alat dalam media humas.

### Daftar Rujukan

- Anggoro, M. Linggar, *Teori dan Aplikasi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2001.
- Assegaf, Dja'far Husin, *Hubungan Masyarakat Dalam Praktek*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1987.
- Bafadhal, Ibrahim, *Teknik-Teknik Hubungan Sekolah/Madrasah dengan Masyarakat* (Materi Kuliah Manajemen Humas Program Pascasarjana UIN Malang pada 17 Maret 2009.
- Coulson, Collin –Thomas, *Public Relation: Pedoman Praktis Untuk PR*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2002.
- Cutlip, Scott M. Allen H. Center & Gleen M. Broom, *Effective Public Relation*,. Alih Bahasa Tri Wibowo, Jakarta: Prenada Media, 2006.
- Efendi, Onong Uchjana, *Radio Siaran: Teori dan Praktek*, Bandung: Mandar Maju. Cet. Ke-3, 1991.
- Effendi, Onong Uchyana, *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1998.
- Hermanto, Budhi, *Sejarah Televisi Komunitas di Indonesia*, [http://opensource.telkomspeedy.com/furusato/atvki/artikel/sejarah\\_tv\\_komunitas\\_ind.pdf](http://opensource.telkomspeedy.com/furusato/atvki/artikel/sejarah_tv_komunitas_ind.pdf) (diakses pada tanggal 15 Juli 2014).
- Hermanto, Budhi, *Televisi Komunitas Sebuah Media Alternatif*. <http://www.kabarindonesia.com> (diakses pada 15 Juli 2014).
- Kriyantono, Rachmat, *Public Relations Writing: Membangun Public Relations Membangun Citra Korporat*, Jakarta: Kencana, 2008.
- Malik, Dedy Jamaluddin, *Jurnalisme Islam dan Ukhuwah Islamiyah*, Yogyakarta: Bentang. 1997.
- Martson, John E, *Modern Public Relations*, New York. Mc Graw Hill, 1979.

Mc Quail, Denis, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Erlangga, 1996.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 51 tahun 2005 tentang penyelenggaraan penyiaran lembaga penyiaran komunitas dalam <http://www.bpkp.go.id/unit/hukum/pp/2005/051-05.pdf> (diakses pada tanggal 16 Juli 2014).

Prakoso, Imam dan Budhi Hermanto, *Peran strategisRadio Komunitas*, <http://suarakomunitas.com/content/files/1220601443.doc> (diakses pada 15 Juli 2014).

*Radio Komunitas* dalam [http://id.wikipedia.org/wiki/Radio\\_komunitas](http://id.wikipedia.org/wiki/Radio_komunitas) (diakses pada tanggal 16 Juli 2014).

*Seminar Startegi Public Relation di Institusi Pendidikan*. <http://www.um.ac.id/news-132.htm> (diakses pada 15 Juli 2014).

Tondowidjoyo, John, *Dasar da Arah Public Relationshi*, Jakarta: PT. Gramedia, 2002.

Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran dalam [http://www.mastel.or.id/files/regulasi/UU\\_No.\\_32\\_Tahun\\_2002\\_tentang\\_Penyiaran.pdf](http://www.mastel.or.id/files/regulasi/UU_No._32_Tahun_2002_tentang_Penyiaran.pdf) (diakses pada tanggal 16 Juli 2014).

Wahyudi, J.B, *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*, Jakarta: Gramedia, 1994.

Wibowo, Fred, *Dasar-Dasar Produksi Program Televisi*, Jakarta: Gramedia, 1997.