

MEDIA DAN ETNISITAS TIONGHOA:

Studi Resepsi tentang Program Siaran Mandarin di Radio FM Surabaya

Supriyanto
Totok Wahyu Abadi

(* Balai Monitor Spektrum Frekuensi Radio dan Satelit Kelas II Surabaya,
**Staf Pengajar Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Sidoarjo)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan resepsi audiens radio terhadap identitas etnis Tionghoa dalam program siaran Strato Mandarin di Radio Strato FM Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan analisis resepsi Jensen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama, dalam program siaran Strato Mandarin di radio Strato FM mencirikan adanya etnisitas (identitas) Tionghoa. Siaran bahasa Mandarin di Strato FM ternyata mampu mengkonstruksi homogenisasi identitas etnis Tionghoa serta penyadaran betapa pentingnya bahasa mandarin bagi masyarakat. Ini mendukung yang disampaikan oleh Chris Barker bahwa bahasa dapat merupakan sumber dalam menyediakan bentuk "jati diri" dan identitas suatu kelompok dalam praktik sehari-hari. Kedua, penerimaan masyarakat Surabaya terhadap siaran Mandarin sebagai representasi identitas etnis Tionghoa telah mampu menciptakan situasi komunikasi yang mindful (saling memahami) serta menyadari adanya perbedaan karakteristik masing-masing kultur. Dan perbedaan-perbedaan karakteristik kultur yang dimiliki masyarakat tersebut justru memperkaya khasanah budaya Indonesia yang multikultural. Kecuali itu, siaran mandarin merupakan media untuk membelajarkan diri masyarakat untuk bisa bersaing di tingkat global mengingat tuntutan ekonomi dan industri. Ketiga, keberterimaan masyarakat audiens di Surabaya secara positif tentang etnisitas Tionghoa yang terepresentasikan dalam program siaran Mandarin yang mindfull tersebut ternyata mengindikasikan bahwa mereka memiliki keterlibatan ego yang kecil. Kecilnya keterlibatan ego itulah yang mampu mempengaruhi rentang penolakan yang dilakukan seseorang atau menerimanya secara positif.

Kata Kunci: Radio, Etnisitas Tionghoa, Resepsi Pesan, mindfulness

PENDAHULUAN

Isu tentang etnis dan etnisitas (baca: identitas etnik) dalam konteks Indonesia yang multikultural merupakan realitas budaya yang ada dalam kehidupan sehari-hari. Aspek primordialisme etnis dalam budaya dominan ataupun minoritas adalah bersifat kodrati dan alamiah. Tidak satu pun manusia yang ketika lahir bisa minta dengan leluasa untuk dilahirkan dalam suku bangsa / etnis tertentu. Karena bersifat kodrati, persoalan etnisitas harus dipahami dan diperlakukan secara alamiah. Artinya, individu dalam budaya tersebut diperlakukan sesuai dengan sifat, pembawaan, karakter, dan identitas etniknya masing-masing.

Konsep “Bhinneka Tunggal Ika” yang diadopsi oleh *founding father* yang dijadikan falsafah dalam kehidupan berbangsa dan bernegara di negeri ini tidak berarti penyeragaman budaya. “Berbeda-beda tetapi tetap satu juga” dalam konteks negara kesatuan RI dibangun atas dasar kesepakatan politik bukan budaya. Artinya, bersatunya suku bangsa - suku bangsa yang ada dalam pangkuan wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) didasarkan pada persamaan penderitaan, penindasan, dan perjuangan untuk meraih kemerdekaan. Dan pula, tidak boleh menghilangkan / memusnahkan begitu saja jati diri / identitas suatu etnik/ budaya. Implikasinya, penghormatan terhadap persatuan politik harus dibarengi penghargaan terhadap realitas budaya yang ada.

Namun kenyataannya berbicara lain. Warga Golongan Keturunan Tionghoa di Indonesia merasa mendapatkan perlakuan yang diskriminatif baik dalam hal ekonomi, kultural, hukum, dan politik. Dalam bidang budaya, orang-orang keturunan Tionghoa merasa dibedakan dengan etnik lain, misalnya harus menggunakan nama yang meng-Indonesia, tidak boleh menggunakan bahasa mandarin sebagai identitas etnis. Dan acapkali warga GKT dianggap sebagai warga yang tidak nasionalis karena sesekali menggunakan bahasa Tionghoa dalam berbisnis. Dari *prejudice* negatif tersebut kemudian muncul pemikiran kritis di antara generasi muda Tionghoa yang mempertanyakan masalah nasionalis. Bagi mereka yang namanya nasionalis tidak harus identik dengan pengekan identitas budaya serta memendam unsur-unsur budaya yang lahir secara alamiah, kodrati, dan bukan merupakan pilihan bebas. Pengakuan terhadap republik sebagai tanah air tidak berarti harus menghapuskan etnisitas.

Kesetaraan kelompok etnisitas yang diperjuangkan oleh generasi muda GKT telah menuai hasil. Dikeluarkannya Keputusan Presiden (Keppres) No.6 Tahun 2000 yang mencabut Inpres No.14 / 1967 tentang pelarangan terhadap agama, kepercayaan, dan adat istiadat Cina telah membuat ruang “demokrasi” mulai dibuka kembali. Hal ini merupakan momentum bagi warga keturunan Tionghoa

untuk memposisikan keberadaannya sejajar dengan etnis lainnya serta titik balik untuk menentukan kembalinya hak-hak budaya etnis Cina (baca: Tionghoa) di Indonesia.

Seiring dengan perkembangan kebebasan media massa sejak reformasi yang berani dan transparan mengungkap realitas sosial, momentum dikeluarkannya Keppres No.6 Tahun 2000 juga disambut suka cita oleh media massa. Media yang memiliki tanggung jawab sosial untuk membangun budaya bangsa serta memberikan ruang gerak bagi warga Golongan Keturunan Tionghoa dalam memperjuangkan “kemerdekaan kultur” yang menjadi identitasnya. Misalnya, seni Barongsai yang merupakan ikon dari etnis Tionghoa mulai dipertunjukkan di depan umum, di media pers dapat ditemui rubrik Jembatan Lintas Budaya “Tekad Sayang” Jawa Pos halaman 13 dengan menggunakan aksara Hanzi. Di televisi dapat dijumpai program “Metro Xian Wen” Metro TV yang disiarkan tiap hari pukul 07.30 – 08.00 WIB. Sementara itu, representasi identitas lokal di JTV (Jawa Pos Televisi) dapat disaksikan pada program “Cangkru’an, “Pojok Kulonan”, “Pojok Kampung”, maupun “Pojok Perkoro”.

Untuk di radio, representasi identitas Tionghoa dapat disimak pada program siaran lagu-lagu Mandarin yang notabene di era Orde Baru tidak boleh sama sekali untuk di *on air*-kan. Beberapa radio di Surabaya yang merepresentasikan etnisitas Tionghoa dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 1 : Profil Radio FM di Surabaya Yang Memiliki Format Siaran & Lagu Mandarin

No.	Nama Stasiun Radio	Nama Program	Jam Siaran
1	E.B.S FM	-	-
2	Elvictor 93,3 FM	Wo Ai Ni El Victor	10.00 – 12.00
3	Global FM	Global Mandarin	08.00 – 12.00 & 16.00 – 19.00
4	Merdeka FM	Kam-Sia	10.00 – 01.00
5	MTB FM	Mandarin Tengah Bersenandung	14.00 – 16.00
6	Pas FM*	-	19.00 – 22.00
7	Star FM*	Mandarin Star	11.00 – 14.00
8	Strato FM	Strato Mandarin	18.00 – 20.00
9	Suzana FM	Ni Hao Ma Karaoke	13.00 – 16.00

Diolah dari Profil Radio Anggota PRSSNI Jawa Timur 2005-2006

* berdasarkan pengamatan peneliti ketika mendengarkan radio FM Maraknya program lagu-lagu Mandarin dengan format siaran berbahasa

Mandarin di beberapa radio Kota Surabaya memunculkan berbagai penerimaan yang beragam dari masyarakat. Etnis Tionghoa yang dihadirkan dalam definisi identitas melalui bahasa siaran radio di Strato FM, misalnya, tampaknya oleh sebagian masyarakat masih dianggap atau diterima sebagai penguatan perbedaan – perbedaan identitas dalam bingkai negatif. Sementara itu, masyarakat Surabaya yang menerima secara positif menyatakan bahwa format siaran berbahasa Mandarin dapat dipakai sebagai pembelajaran bahasa Mandarin yang notabene sebagai bahasa bisnis. Kecuali itu, radio yang merepresentasikan lagu-lagu yang bernuansa etnis tersebut juga mampu *remaking ethnicity, local wisdom developing*, jembatan informasi antara masyarakat luas dan berbagai budaya yang ada di Indonesia. Pula berfungsi sebagai lembaga kritik yang memberikan masukan-masukan terhadap proses pengkayaan budaya lokal (Sri Harstanto, 2005, dalam <http://jakarta.unesco.or.id/localrad/bahasa/.../seminar/diknuw>, diakses tanggal 25 February 2007).

Dari paparan tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah penerimaan audiens radio tentang identitas etnis Tionghoa dalam program siaran Strato Mandarin di radio Strato FM Surabaya?” Dan penelitian ini bertujuan untuk memaparkan penerimaan audiens radio terhadap identitas etnis Tionghoa dalam program siaran Strato Mandarin di Radio Strato FM Surabaya.

RESEPSI PESAN

Resepsi pesan adalah penerimaan pesan oleh komunikan (audiens maupun pembaca) yang diperoleh dari komunikator. Dalam hal ini komunikan berupaya memahami, mengorganisasikan, dan menggunakan informasi yang terkandung dalam pesan. Thomas Ostrom menyatakan bahwa ada tiga dimensi yang berkaitan dengan kognisi untuk penerimaan pesan, yakni: kode, struktur, dan proses.

Dalam sistem kognitif, potongan – potongan informasi saling berhubungan satu sama lain dalam sebuah pola yang teratur dan terstruktur. Pola yang terstruktur itu disebut dengan *script* atau skema. Skema inilah yang sangat menentukan bagaimana seseorang memandang dunia dan pesan-pesan yang akan dicerna. Pesan-pesan tekstual akan memiliki makna jika diaktifkan oleh para pembaca/khalayak/konsumen yang sesungguhnya. Artinya, khalayak merupakan pencipta makna aktif dalam hubungannya dengan teks.

Untuk dapat membaca dan memahami teks, khalayak harus menggunakan kompetensi kultural yang diperoleh sebelumnya. Hal ini penting karena dalam model “encoding dan decoding” Hall (1981) terbukti bahwa produksi makna tidak menjamin dikonsumsi makna sesuai dengan yang dimaksudkan

encodernya (pengirim pesan). Pesan-pesan tentang identitas etnis, misalnya, yang terepresentasikan hanya dikonstruksi sebagai sistem tanda dengan berbagai komponen yang *multi-accentuated*, bersifat polisemik atau lebih dari satu rangkaian makna potensial.

Audiens atau khalayak sering diartikan sebagai sekumpulan orang yang menjadi pembaca, pendengar, pemeriksa berbagai media atau komponen isinya. Audiens memiliki kekuatan menciptakan makna secara bebas dan bertindak atau berperilaku sesuai dengan makna yang diciptakan atas teks media. Dalam konteks ini khalayak merupakan bagian dari *interpretatif communities* yang selalu secara aktif memproduksi makna atas teks media. Kecuali itu, audiens juga menjadi pasar potensial untuk menjadi sasaran bidik dari produk media (McQuail, 1991:205). Bila dilihat sebagai pangsa pasar, tampaknya etnisitas Tionghoa dalam program siaran radio Strato FM di Surabaya memiliki pangsa pasar yang jelas, yaitu kelompok *bussinesman* yang notabene kelompok ini didominasi oleh etnis Tionghoa. Pula, program siaran berbahasa Mandarin memiliki nilai ekonomis yang potensial bagi pemilik media.

Berdasarkan sifat interaktifnya, khalayak dapat dibedakan menjadi dua, yakni aktif dan pasif. Audiens dikatakan aktif jika memiliki ciri – ciri yakni 1) selektivitas, 2) utilitarianisme, 3) intensionalitas, dan 4) memiliki keterlibatan. Sementara khalayak pasif adalah mereka yang menerima secara langsung sesuatu yang disampaikan oleh media.

Berbicara tentang identitas etnis dalam program siaran radio memang cukup pelik. Identitas hanya ada dan terepresentasikan lewat bahasa yang lebih bersifat auditoris. Berbeda dengan televisi yang bersifat audio-visual. Semua aspek-aspek visualitas terepresentasikan dengan jelas di media televisi.

Dalam kajian budaya, identitas dipandang bersifat kultural dan tidak punya keberadaan di luar representasinya dalam wacana kultural. Identitas bukan sesuatu yang tetap yang bisa disimpan, melainkan suatu proses menjadi. Etnisitas, ras dan nasionalitas adalah konstruksi-konstruksi diskursif-performatif yang tidak mengacu pada ‘benda-benda’ yang sudah ada. Artinya, etnisitas, ras dan nasionalitas merupakan kategori-kategori kultural yang kontingen dan bukan ‘fakta’ biologis yang universal. Sebagai konsep, etnisitas mengacu pada pembentukan dan pelanggaran batas-batas kultural dan punya keunggulan dalam penekanannya pada sejarah, budaya dan bahasa.

Etnisitas acapkali disinonimkan dengan identitas etnik atau identitas kultur (Dedy, 2005:151). Etnisitas adalah konsep budaya yang terpusat pada kesamaan norma, nilai, kepercayaan, simbol, dan praktik budaya (Chris Bharker,

2005: 201). Kesamaan penanda budaya yang berkembang dalam konteks historis, sosial, dan politik tersebutlah merupakan sandaran terbentuknya suatu etnis atau "suku bangsa". Tentu dengan tidak menghilangkan rasa kepemilikan terhadap budaya dan mitologi nenek moyang yang sama. Dalam argumen anti-esensialis, sangat jelas sekali bahwa suku bangsa terbentuk tidak didasarkan atas ikatan primordial atau karakteristik budaya universal yang dimiliki oleh kelompok tertentu tetapi terbentuk melalui praktik diskursif etnisitas yang merupakan saling-silang antara politik dan etnis karena keduanya bertujuan untuk mendapatkan legitimasi di organisasi. Perilaku yang seperti itu dalam studi etnisitas dikategorikan dalam perspektif *instrumentalist/constructed*. Asumsi dari perspektif ini, etnisitas adalah sesuatu yang tidak alamiah karena merupakan sumber politik, sarana kohesi bagi orang yang dipromosikan guna memfasilitasi artikulasi politik dari kepentingan orang dan kelompok.

Representasi etnisitas sebagai keterwakilan suatu budaya dapat diamati lewat simbol-simbol dan makna-makna yang diproduksi melalui proses komunikasi. Lewat komunikasi tersebut, interaksi dan transaksi sosial antarindividu melahirkan berbagai produk budaya yang berbentuk konkret sampai berbentuk ideologi abstrak yang direpresentasikan dalam simbol-simbol budaya.

Simbol-simbol budaya tersebut pemakaiannya sangat bergantung dari resepsi anggota masyarakat yang menggunakannya (Andrik Purvasito, 2003:122). Dalam konteks ini akan terjadi proses sepakat dan kurang sepakat, hormat dan kurang menghormati yang pada akhirnya simbol yang paling dominan pengikutnya akan menjadi norma dan nilai bersama (*common sense*). Proses interaksi di antara partisipan komunikasi merupakan proses kebudayaan yang dinamik, yang secara kontinyu memperbaharui simbol-simbol bahkan menciptakan simbol-simbol baru seperti yang dilakukan oleh media massa dan para aktor yang kredibel seperti seniman, para pejabat, tokoh pergerakan, guru/dosen, hakim, atau pengacara dan lain-lain.

Bahasa merupakan salah satu simbol budaya yang mampu merefleksikan dunia realitas. Bahasa dapat merupakan sumber dalam menyediakan bentuk "jati diri" dan identitas suatu kelompok dalam praktik sehari-hari. Karenanya, representasi etnisitas siaran berbahasa Mandarin maupun bahasa Daerah di radio menunjuk pada bagaimana bahasa, gagasan, atau pendapat tertentu yang digunakan oleh kelompok budaya (dominan atau subdominan) yang ditampilkan dalam media massa kepada khalayak.

Untuk menjadikan sebuah stasiun penyiaran radio memiliki pencitraan dan reputasi *brand*, stasiun penyiaran radio perlu merencanakan bentuk pemrograman

siaran termasuk penjadwalan. Ini penting karena target pendengar merupakan prioritas bagi stasiun radio. Target dan perolehan pendengar memiliki pengaruh yang sangat signifikan dalam pengoptimalan pendapatan perusahaan radio. Jika perolehan dicapai dengan baik, biasanya pengiklan akan datang untuk “membeli” program siaran yang menarik.

Program siaran radio adalah serangkaian mataacara yang disajikan stasiun penyiaran radio kepada pendengar dengan wilayah tertentu. Sementara dalam Peraturan Pemerintah Nomor 11, Programa adalah kegiatan penyelenggaraan siaran yang berisikan serangkaian program acara siaran yang ditujukan kepada khalayak dan wilayah tertentu dengan menggunakan spektrum frekuensi radio. Tujuan dibuatnya program siaran radio adalah menyiarkan atau mengudarakan sesuatu yang bisa menarik perhatian pendengar, kemudian bisa “dijual” kepada para pengiklan. Jika program menarik, semakin banyak pengiklan yang berminat sehingga semakin banyak pemasukan yang diterima oleh stasiun penyiaran radio.

Dalam programming penyiaran radio ada beberapa hal yang perlu mendapatkan perhatian. Yaitu, *positioning* pendengar, persaingan penyiaran radio, geografis-demografis-psikografis-perilaku individu pendengar, peluang periklanan, dan terakhir adalah kemasan siaran atau yang disebut sebagai “*format wheel*”

METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif ini didesain dengan menggunakan paradigma interpretatif konstruktivistik melalui metode *reception analysis*. Analisis resepsi ini berupaya untuk mengetahui bagaimana khalayak memahami dan menginterpretasi isi pesan (memproduksi makna) berdasarkan pengalaman (*story of life*) dan pandangannya selama berinteraksi dengan media. Penelitian yang menggunakan survey media ini akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Pangkalan penelitian ini adalah radio Strato FM Surabaya. Pemilihan radio Strato FM didasarkan pada pertimbangan pertama, radio ini merupakan rujukan dari radio FM yang menyiarkan pop Mandarin di Surabaya. Kedua, radio ini dalam program siarannya hampir semuanya menggunakan bahasa Mandarin.

Data primer dikumpulkan melalui wawancara terstruktur dan mendalam kepada 11 informan sekaligus penggemar atau pendengar program acara tersebut. Pengumpulan data penelitian ini tidak menggunakan teknik FGD (*focus group discussion*) karena peneliti mengharapkan informan agar dapat memberikan informasi secara jujur, bebas, dan mendetail tanpa terkooptasi dalam situasi resmi maupun tanpa terpengaruh pendapat peserta lain. Setelah data primer terkumpul

kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis resepsi dari Jensen (1993:139).

Analisis resepsi merujuk pada perbandingan antara analisis tekstual wacana media dan wacana khalayak yang hasil interpretasinya merujuk pada *cultural setting* dan konteks isi media lain.

“methodologies may refer to a comparative textual analysis of media discourse and audience discourse, both the historical as well as cultural setting and the “context” of the other media contents.”

Terdapat tiga elemen dalam analisis resepsi yang dapat dipakai sebagai acuan untuk melakukan penganalisisan, yaitu mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data. Hal pertama yang dilakukan adalah mengumpulkan data yang berupa kata, frasa, maupun kalimat yang diungkapkan oleh audiens. Kedua, menganalisis dengan cara menuliskan hasil wawancara kepada audiens lewat sudut pandang bahasa dan kritik teks. Ketiga, menginterpretasikan pengalaman/penerimaan audiens tentang media.

HASIL PENELITIAN

Sejak isu reformasi bergulir di 1996, Radio Strato FM memiliki format siaran musik Mandarin selain pop Indonesia dan barat. Dasar pemikiran yang digunakan pihak manajemen untuk menampilkan program siaran musik Mandarin karena populasi etnis Tionghoa di Surabaya cukup besar untuk dilayani dalam program siaran Mandarin. Durasi waktu yang ditayangkan untuk siaran Mandarin saat itu kurang lebih tiga jam. Sedangkan format siaran kata berupa info dan interaktif. Berikut adalah profil Radio Strato FM:



Dalam perkembangan selanjutnya, November 2007, siaran Mandarin secara kuantitatif ditambah jam siarannya. Dari tiga jam sehari menjadi tiga belas

jam sehari dengan nama format siaran Strato Mandarin. Penambahan durasi waktu tersebut didasarkan pada pertimbangan yaitu *pertama*, semakin banyaknya permintaan pendengar setia Radio Strato FM untuk menambah jam siaran Mandarin. *Kedua*, agar komunikasi antara radio dengan pendengar berjalan dengan baik. Mengenai penambahan jumlah jam tayang siaran Mandarin dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1:
Program Siaran Strato FM 101,9 tahun 2008-07-03

Jam / Hari	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu
06.00 – 08.00	Coffe Morning <ul style="list-style-type: none"> • Format Program: interaktif • Format lagu : Barat Baru 				Coffee Morning Format Siaran: Request + Info		
08.00 – 11.00	Galeri Musik Indonesia <ul style="list-style-type: none"> • Format Siaran : Request dan informatif • Format Lagu : Indonesia Baru 				Request Strato Weekly Chart (tangga lagu)		
11.00 – 24.00	STRATO MANDARIN						

Format Siaran : 70% Request dan 30 % informasi dan interaktif

Dari tabel 1 tersebut dapat dilihat bahwa program siaran Strato FM 101,9 MHz memiliki empat program siaran. *Pertama*, program siaran awal di pagi hari dimulai pukul 06.00 sampai dengan 08.00 WIB dengan nama program yaitu Coffe Morning yang disiarkan tiap hari Senin – Minggu. Program *Coffe Morning* yang disiarkan pada hari Senin-Jumat memiliki format program interaktif dan format lagu berupa barat baru. *Coffe Morning* di hari Sabtu – Minggu berformatkan request dan info. Acara ini diprogram untuk mengiringi aktivitas audiens di pagi hari. Khalayak dapat mendengarkan lagu-lagu Barat baru yang telah disiapkan setiap harinya diselingi dengan informasi dan news yang *up to date*. Acara ini mulai hari Senin hingga Jumat diasuh oleh presenter bernama Aan (nama udara) sedangkan Coffe Morning pada hari Sabtu dan Minggu diasuh oleh Echy (nama udara/ nama asli: Desi)

Kedua, adalah Galeri Musik Indonesia yang disiarkan mulai pukul 08.00-11.00 WIB pada hari Senin-Jumat. Acara diprogram untuk pendengar yang cinta dengan lagu-lagu Indonesia baru. Acara ini juga digabung dengan request via telepon atau SMS. Selain itu pendengar juga akan mendapatkan info-info dan tips menarik dengan pengasuh Echy (Desi)

Program siaran *ketiga* bernama *Request Strato Weekly Chart* (tangga lagu) di-*on air*-kan pukul 08.00-11.00 WIB di hari Sabtu dan Minggu. Di acara ini lagu-lagu yang diputar adalah lelagu Indonesia yang sering *dirquest*. Acara ini diasuh oleh Echy (Desi).

Strato Mandarin merupakan nama program siaran keempat yang telah menjadi ikon Radio Strato FM 101.9 MHz. Program siaran ini ditayangkan selama 13 jam sehari. Dari namanya sudah pasti kalau lagu-lagu yang dimainkan adalah lagu Mandarin (terutama lagu-lagu baru), bukan cuma lagunya, tapi bahasa pengantar yang dipakai adalah bahasa Mandarin. Melibatkan langsung pendengar untuk berinteraktif. Sejak mulai November 2007, Strato Mandarin digebyar dari jam 11.00 sampai dengan 24.00 WIB. Acara Strato Mandarin ini terbagi dalam empat segmen. Segmen *pertama* pukul 11.00 – 15.00 dengan menyajikan lagu-lagu Mandarin khusus anak muda. Acara di segmen pertama ini diasuh oleh presenter Ting Ting (nama asli: Diana). *Kedua*, segmen lagu-lagu Mandarin Lama yang disajikan pada pukul 15.00 - 18.00 dengan nama pengasuh Xiao Lin (Ana). *Ketiga*, pukul 18.00 – 21.00 juga masih menyajikan lagu-lagu Mandarin Lama dengan pengasuh Xiao Hwan (Aming) dan Xiao Qien/Plumb (Diana). Pukul 21.00 – 24.00 merupakan segmen *keempat* yang menyajikan lagu-lagu Oldest dengan presenter Xiao Yong. Sementara di hari Jumat sampai Minggu mulai pukul 11.00-15.00 acara diasuh oleh presenter Xiao Juan dan untuk pukul 18.00 – 21.00 diasuh oleh Xiao Wen.

Selain program siaran *on air*, Radio Strato FM 101.9 MHz memiliki program unggulan yang bersifat *off air*. Yaitu berupa program karaoke Mandarin yang diikuti oleh kebanyakan etnis Tionghoa baik dari kalangan anak muda maupun orang yang sudah tua. Beberapa program unggulan yang bersifat *off air* selama setahun terakhir ini ada dua macam yakni program harian yang meliputi Coffe Morning, Galeri Musik Indonesia, usang berkesan, dan Mandarin. Untuk yang program Mingguan berupa Indo Exc dan Toilet yang diselenggarakan antara pukul 09.00 sampai dengan 12.00.

Bahasa Sebagai Identitas Etnis dalam Program Siaran

Bahasa merupakan salah satu simbol budaya yang mampu merefleksikan dunia realitas. Bahasa dapat merupakan sumber dalam menyediakan bentuk “jati diri” dan identitas suatu kelompok dalam praktik sehari-hari. Karenanya, representasi etnisitas siaran berbahasa Mandarin di radio Strato FM menunjuk pada bagaimana bahasa, gagasan, atau pendapat tertentu yang digunakan oleh kelompok budaya Tionghoa di Surabaya (maupun konteks Indonesia) yang ditampilkan media massa kepada khalayak.

Format siaran berbahasa Mandarin memiliki potensial pasar yang memang benar-benar menjanjikan. Tidak hanya nilai ekonomis belaka tetapi juga mampu *remaking* identitas suatu kelompok. Berawal dari tujuan pembuatan program siaran radio yang dapat menarik perhatian pendengar serta layak “dijual” kepada para pengiklan, Radio Strato FM membidik kelompok minoritas Tionghoa di Surabaya sebagai pasar pendengar sekaligus potensial sebagai pengiklan. Ini karena, sebagian besar masyarakat Tionghoa adalah pedagang atau pebisnis yang sukses. Terlebih lagi, masyarakat etnis Tionghoa selama ini aspirasi budaya yang menjadi identitas belum pernah disalurkan lewat media seperti radio.

Ketika pertama kali lagu Mandarin yang merepresentasikan identitas kultur Tionghoa di-*on air*-kan radio Strato FM pada tahun 1997 disambut penuh antusias dan gembira oleh masyarakat Tionghoa di Surabaya. Seiring sejalan dengan perjuangan masyarakat Tionghoa dalam “memerdekakan kultur” sebagai identitas mereka di era reformasi, sambutan masyarakat ini semakin meluas. Bahkan mereka meminta kepada radio Strato untuk menambah jam siaran Mandarin. Karena permintaan pasar yang demikian menggejala, pihak manajemen menambah jam siarannya dari tiga jam menjadi tiga belas jam sehari dengan format siaran Strato Mandarin.

Format siaran Strato Mandarin yang telah membuahkan hasil dalam mengkomodasikan kelompok Tionghoa ini tampaknya menjadi acuan bagi radio FM lain di Surabaya untuk membuat format siaran yang sama. Tentu dengan durasi waktu penayangan yang berbeda secara kuantitatif. Hal ini bisa dilihat pada tabel 1 tentang radio-radio yang memiliki format siaran Mandarin. Ada tujuh radio siaran yang memiliki format siaran tersebut, seperti Pass FM, Merdeka FM, Media FM, dan lain-lain. Namun demikian, bagi penggemar siaran Mandarin yang notabene mayoritas etnis Tionghoa meminta agar siaran Mandarin tidak hanya di Surabaya bahkan kalau bisa di seluruh Nusantara. Seperti yang disampaikan oleh informan penelitian;

“saya merasa sangat senang dengan hadirnya siaran Mandarin di Strato. Untuk itu, radio lain bisa mengikuti menyiarkan lagu-lagu Mandarin dengan bahasa Mandarin” (hasil wawancara, 2008)

Dari pernyataan informan tersebut dapatlah dipahami bahwa sebenarnya program siaran radio yang merepresentasikan identitas kultur lewat bahasa Mandarin telah membuat jati diri suatu etnik tetap eksis dan merasa diangkat serta dihargai oleh perseorangan, lembaga, ataupun masyarakat luas tidak terlepas dari menguatnya identitas – identitas etnik / lokal. Banyaknya identitas lokal dalam

ranah Indonesia yang multikultural dan upaya pelestarian serta perlingdungsannya merupakan salah satu upaya untuk mengembangkannya kekayaan identitas nasional. Lewat bahasa, pembicara menunjukkan dirinya sendiri sebagai anggota kultur tersebut. Orang yang berasal dari kultur tertentu sering menyampaikan kata, frase, maupun kalimat asing dalam percakapannya untuk menunjukkan dirinya kepada khalayak. Karenanya, sapaan yang digunakan pembicara kepada pendengar dapat menunjukkan identitas dan rasa persaudaraan pada suatu kelompok.

Komunitas Tionghoa sebagai bagian dari masyarakat di Indonesia memiliki bahasa, yang sering dikenal dengan bahasa Mandarin. Lewat kata, frase, maupun kalimat-kalimat dalam bahasa Mandarin inilah, setelah sekian lama tidak diperbolehkan muncul, komunitas ini mulai memberanikan diri untuk mengkomunikasikan identitasnya kepada khalayak melalui media radio. .

Sementara itu tentang identitas etnis dalam Program Siaran Mandarin pada penelitian ini dapat "disemak" pernyataan informan berikut

"Yach identitas kultur Tionghoa itu sendiri seperti bahasa Mandarin yang terepresentasikan dalam program siaran beserta huruf Kanji sebagai kebanggaan mereka" (hasil wawancara, 10 juli 2008)

Kecuali itu, representasi identitas etnis dalam siaran berbahasa Mandarin di Strato FM menunjuk pada bagaimana bahasa, gagasan, atau pendapat tertentu yang digunakan oleh kelompok budaya (dominan atau subdominan) yang ditampilkan dalam media massa kepada khalayak. Perhatikan kutipan di bawah ini:

(Iringan Jingle Strato) "Stratosfir.....kalimat-kalimat Mandarin (terus diselingi terjemahan bahasa Indonesia): aku Riva, maksudku yang tadi request sobat Strato hari ini yang tadi Che Ting Ting putar gitu loh. Masak aku suruh Che Che bacain semua album Jo Lin. Ntar bibirnya ndower...."

Dari kutipan tersebut dapat diketahui bagaimana sebenarnya pemakaian bahasa Indonesia yang digunakan dalam request lagu yang dibacakan oleh penyiar berinisial Ting Ting. Ketika memulai siaran, ditampilkan terlebih dahulu jingle radio dalam bahasa Mandarin. Kemudian diteruskan dengan kalimat-kalimat Mandarin yang merupakan request dari Reva, salah seorang pendengar setia Strato Mandarin di segmen khusus anak muda. Dari request berbahasa Mandarin (dalam hal ini peneliti merasakan kesulitan untuk mentranskripsikan) kemudian diberikan terjemahan dalam bahasa Indonesia secara garis besarnya. Dalam terjemahan tersebut si Riva minta kepada penyiar untuk memutar lagu yang menjadi

kesukaannya. Dari retorika pembicaraan maupun gaya bahasa yang digunakan penyiar sangat kental dengan identitasnya yang etnis Tionghoa, yaitu agak *pelo* (bahasa Jawa). Pemakaian bahasa yang penuh dengan *code switching* (peralihan dari bahasa Mandarin ke bahasa Indonesia) jelas sekali menunjukkan bahwa si pendengar ketika mengirimkan request berbahasa Mandarin dan kemudian dibacakan dan diterjemahkan oleh chi Ting Ting adalah ingin menunjukkan, *pertama*, identitasnya sebagai bagian dari etnis Tionghoa dan bisa jadi yang *kedua*, menunjukkan kemampuan seseorang dalam berbahasa Mandarin meski pendengar aktif tersebut bukan dari kelompok Tionghoa. Sapaan yang digunakan kepada penyiar dengan istilah *chi Ting Ting* dan *ko Xiao Qien*. Kata *che che* / Ci Ci dan Ko Ko dalam bahasa Mandarin berarti Kakak Perempuan dan Abang/Mas

Nama-nama udara yang digunakan untuk mempopulerkan penyiar pun menggunakan nama-nama yang bercirikan identitas Tionghoa. Sebagaimana nama-nama seperti Ting Ting (nama asli: Diana), Xiao Lin (Ana), Xiao Hwan (Arming), Xiao Qien/Plumb (Diana), Xiao Yong, Xiao Juan, Xiao Wen adalah nama udara yang digunakan para presenter Strato FM. Sedangkan penggemar seperti Su Jiao, Chen Tai Tai, Lan Ying Gembong, Lan Ying Simolawang, Ai Lis, Wen Shan Cheng, Chen Shu Shu, Peng Mei Han, Alin Ayi, Huang Liang Yan, Yulian Li, Wei Han.

Realitas tersebut merupakan citraan-citraan identitas simbolik yang dimediasi dan diorganisasikan oleh Strato FM untuk memperkuat serta *remaking* etnisitas. Hal ini memperkuat apa yang disampaikan Lull bahwa citra-citra simbolik mula-mula dikuatkan secara budaya yang kemudian diorganisasikan dan disajikan melalui media massa (Lull, 1998: 83-85).

Radio (baca: media) memang memiliki andil yang besar dalam mengkonstruksi identitas etnis Tionghoa melalui images yang ditampilkan. Hal ini karena radio dapat dipandang sebagai sumber pilihan budaya yang tidak menyusahkan serta sebagai sarana untuk berinteraksi dengan lingkungan sosialnya sepanjang terdapat terpaan media pada individu. Images yang hendak ditampilkan bahwa etnis Tionghoa itu memiliki sifat yang ulet, rajin, suka berhemat, dan rata-rata hidup sebagai pedagang/pengusaha/ entrepreneur.

Dalam konstruksi identitas, faktor tekanan dari masyarakat atau kelompok sosial tidak dapat dihindarkan. Bentuk tekanan tersebut dapat berupa sejumlah harapan tertentu oleh masyarakat tentang bagaimana siaran Mandarin itu seharusnya. Dengan kata lain, masyarakat memberikan batasan-batasan tentang identitas yang harus dipelihara dan identitas yang tidak dapat diterima. Dalam kondisi yang demikian, berbagai harapan yang disampaikan kelompok sosial dalam masyarakat cukup bervariasi.

Dari hasil wawancara, diketahui bahwa informan umumnya memiliki harapan dari siaran Mandarin di Strato FM. Beberapa harapan tersebut ada yang menyatakan bahwa dalam upaya menjaga persatuan dan kesatuan bangsa hendaknya semua radio juga memiliki siaran Mandarin baik dalam bentuk karaoke ataupun lagu-lagu Mandarin yang di-on-air-kan secara live ataupun tidak. Menurutnya, siaran Mandarin dalam bentuk karaoke yang di-on air-kan secara live tersebut dapat dipakai sebagai ajang pembauran antara etnis Tionghoa maupun etnis lainnya yang menyukai lagu-lagu Mandarin. Kondisi semacam ini diharapkan akan memunculkan asimilasi (perpaduan) antara kultur Tionghoa dengan kultur etnik lain guna memperkaya khasanah atau keragaman budaya Indonesia. Dalam konteks pembelajaran, siaran Mandarin dapat digunakan untuk membelajarkan masyarakat, baik dari komunitas Tionghoa maupun komunitas lainnya, dalam berbahasa Mandarin guna menghadapi persaingan bisnis di era global. Tentu, dalam membelajarkan masyarakat, bahasa pengantar yang harus digunakan program siaran tersebut harus di-mix-kan antara bahasa Mandarin dengan bahasa Indonesia. Hal ini dimaksudkan agar bahasa yang digunakan mudah dimengeti tidak hanya dari etnis Tionghoa sendiri tetapi juga yang lainnya.

Bahasa Mandarin Sebagai Pengantar Bisnis: Persepsi dan Interpretasi Masyarakat

Sifaram dan Roy.T.Cogdell (dalam Mulyana, 2000:173-175) menyatakan bahwa setiap orang, dari budaya tertentu, memiliki potensi dasar untuk mempersepsi baik lingkungan fisik maupun lingkungan sosial. Dengan kata lain, setiap orang akan memiliki gambaran yang berbeda mengenai realitas yang ada di sekelilingnya. Dari uraian tersebut dapatlah dikatakan bahwa persepsi merupakan proses internal yang memungkinkan seseorang memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungannya serta proses tersebut mempengaruhi perilaku.

Dalam penelitian ini, masyarakat mempersepsi siaran Mandarin sebagai program yang harus diterima secara terbuka. Seperti yang dituturkan informan penelitian bahwa

“sudah saatnya kita harus membuka diri dengan budaya Tionghoa serta bahasa Mandarin yang digunakan. Bahasa Mandarin sebagai bahasa asing yang dulu selalu dikekang penggunaannya, sekarang harus sudah bebas menggunakannya.” (data wawancara, 2008)

Menurutnya, bahasa Mandarin sangat diperlukan bagi mereka yang akan bekerja sebagai TKI di luar negeri, khususnya ke Hongkong ataupun Taiwan.

Bahasa Mandarin memang bukan bahasa internasional. Tetapi kenyataan

menunjukkan bahwa bahasa ini adalah salah satu kunci untuk meraih sukses dalam pergaulan global (bisnis).

Di era globalisasi dan perdagangan bebas, apapun bisa masuk ke Indonesia, termasuk di Surabaya. Karenanya, masyarakat harus mempersiapkan diri untuk mampu berkompetitif dengan para tenaga ahli asing yang datang dari berbagai manca negara. Jika tidak, manusia Indonesia akan banyak tertinggal jauh. Apalagi perekonomian di dunia saat ini banyak dipegang oleh Cina. Sangat disayangkan kalau tenaga kerja Indonesia baik yang akan menjadi TKI di luar negeri maupun dalam negeri tidak mampu bersaing dengan tenaga kerja asing yang sudah mulai berdatangan dan masuk ke Indonesia.

Penerimaan siaran Strato Mandarin oleh masyarakat juga dipersepsi sebagai pembelajaran kepada masyarakat yang berminat terhadap bahasa Mandarin. Dengan mempelajari bahasa Mandarin lewat radio, seseorang bisa mengakses pengetahuan tentang bagaimana sebenarnya berconversation secara baik dalam bahasa Mandarin serta meningkatkan kompetensi dirinya. Paling tidak mengenal sapaan-sapaan baru yang sering digunakan sehari-hari seperti *We* (halo), *chou an*, *ni hao ma* (halo apa kabar), *si si-e* (terima kasih) dan kosakata lainnya guna menambah perbendaharaan kata yang dimiliki. Kecuali itu, dengan memiliki kemampuan berbahasa Mandarin tersebut seseorang dapat lebih banyak belajar mengenai bagaimana sebenarnya etika bisnis orang Tionghoa di Indonesia ataupun investor Cina yang seperti diketahui bahwa mereka termasuk satu diantara investor terbanyak di Indonesia. Seperti yang dikutip dari hasil wawancara dengan informan:

“Selain sebagai kekayaan budaya seperti unsur-unsur sapaan baru dalam bahasa Mandarin (ex:*We-hallo*), dapat meningkatkan informasi baik tentang ekonomi & cara berusaha, kita dapat belajar bagaimana etika bisnis orang Tionghoa di Indonesia, bahasa mandarin dapat dipakai alat berkomunikasi dengan orang yang memiliki usaha di Indonesia yang rata-rata adalah China”. (hasil wawancara, 2008)

Penguasaan bahasa Mandarin bagi calon tenaga kerja dinilai penting selain bahasa Inggris. Sebab, tuntutan dunia kerja sekarang pun mensyaratkan bahasa Mandarin sebagai bahasa asing kedua yang harus dikuasai. Calon tenaga kerja yang menguasai dua bahasa asing, terutama Inggris dan Mandarin, saat ini memiliki peluang yang relatif lebih tinggi untuk dipekerjakan daripada calon tenaga kerja yang hanya menguasai satu bahasa asing.

Salah satu cara untuk meningkatkan kompetensi berbahasa Mandarin selain menggunakan kata-kata yang sering dipakai sehari-hari adalah melalui lagu-lagu. Melalui lagu-lagu, seseorang bisa membelajarkan diri lewat pelatihan yang bersifat auditoris. Selain sebagai hiburan, seseorang dapat belajar dengan menirukan bagaimana suatu kata itu diucapkan ataupun dilagukan. Pula dapat digunakan untuk menambah perbendaharaan kata.

Keunggulan kompetitif dalam bahasa Mandarin, tampaknya, merupakan pilihan yang tidak bisa ditawar-tawar lagi selain bahasa Inggris. Dengan menguasai dua bahasa asing termasuk bahasa Mandarin, seseorang dapat menaikkan “haga jual” dan mampu berkompetisi dalam dunia kerja. Hal ini perlu karena saat ini hampir semua bidang sudah bersentuhan dengan era global, berhubungan dengan para ekspatriat. Bahasa Mandarin kini menjadi bahasa Internasional kedua setelah bahasa Inggris. Bahasa Mandarin digunakan oleh lebih dari satu miliar orang di seluruh dunia dan penguasaan terhadap bahasa Mandarin sering diidentikkan dengan makin cerah prospek karir seseorang terutama bagi mereka yang hendak terjun dalam dunia kerja/bisnis.

Sikap Masyarakat

Sebagai bentuk segmentasi pendengar radio yang jarang dibidik oleh radio lain, kehadiran siaran Mandarin di beberapa radio seperti Strato FM, Merdeka FM, Pass FM, dan lain-lain merupakan sebuah realitas yang mau tidak mau harus diterima. Masyarakat menyikapinya pun dengan cara yang berbeda-beda. Ada yang positif dan ada pula positif dengan syarat.

Terlepas dari kebangkitan ekonomi bisnis Cina di tahun 1990-an, perlahan namun pasti bahasa Mandarin telah mengalami pergeseran dari bahasa Nasional di negeri sendiri menjadi bahasa Internasional. Seiring dengan tumbangya Orde Baru, bahasa Mandarin yang telah menjadi identitas budaya Cina maupun etnis Tionghoa di Indonesia mulai banyak dipelajari oleh masyarakat. Tidak hanya mereka yang beretnis Tionghoa tetapi juga mereka yang beretnis Jawa, Bali, dan lain-lain. Penguasaan bahasa Mandarin bukan sekadar euforia orang Tionghoa, tetapi menjadi salah satu sarana memperkaya kemampuan intelektual terutama menyikapi perkembangan pesat ekonomi Tiongkok dan globalisasi. Seperti yang disampaikan oleh informan dalam penelitian ini:

“bahasa Mandarin merupakan salah satu bahasa dunia/internasional dan perlu dipelajari. Selain untuk mendapatkan pengetahuan tentang bahasa Mandarin atau ucapan-ucapan selamat untuk acara-acara tertentu juga dapat menambah pengetahuan serta wawasan intelektualnya jauh

berkembang.”

Sekedar lebih dari itu, masyarakat mulai menyadari betapa pentingnya bahasa Mandarin sebagai bahasa asing kedua yang perlu dikuasai. Karenanya, pembelajaran bahasa Mandarin tidak cukup hanya melalui media radio tetapi harus terlembagakan secara formal melalui kurikulum di sekolah. Begitu pentingnya bahasa Mandarin di era global, alih-alih Bupati Lamongan (Masfuk) menyambutnya dengan antusias serta mewajibkan bahasa Mandarin untuk dimasukkan sebagai muatan lokal dalam pembelajaran di sekolah baik di tingkat SLTP maupun SLTA. Dalam penelitian ini, masyarakat pun menghendaki hal yang demikian: “lebih baik lagi kalau ada pembelajaran bahasa Mandarin di sekolah-sekolah”. Kesadaran akan pentingnya bahasa Mandarin ini pulalah yang mendorong beberapa institusi pendidikan mulai memasukkan bahasa ini dalam kurikulumnya. Selain sebagai bahasa Internasional, argumentasi dasar yang digunakan adalah bahasa Mandarin banyak digunakan di sektor ekonomi dan industri.

Hadirnya siaran Mandarin di beberapa radio juga disambut dengan perasaan senang oleh penggemarnya. Tidak hanya dari kelompok minoritas Tionghoa tetapi juga oleh kelompok masyarakat lainnya. Selain sebagai media hiburan juga digunakan sebagai media untuk menjalin tali kasih sesama keturunan Tionghoa serta sesama pencinta tembang-tembang Mandarin. Ada pula yang menyatakan senang karena mereka merasakan atau teringat kenangan manis di masa-masa lalu ketika ia masih kecil bersama orang tua dan nenek moyangnya. Terlebih lagi dengan adanya program karaoke yang di-*on air*-kan secara *live*. Kehadirannya justru disambut dengan perasaan suka ria karena bisa menambah teman.

Ini menunjukkan bahwa sebenarnya masyarakat telah bersikap dan berterima positif tentang kehadiran siaran Mandarin di beberapa media. Keberterimaan dan kebersikapan secara positif tersebut pada akhirnya mampu menciptakan efektivitas komunikasi. Seperti apa yang disampaikan oleh DeVito bahwa efektivitas komunikasi dalam suatu masyarakat dapat terbentuk jika terdapat sikap (1) keterbukaan, (2) empati, (3) perasaan positif, (4) memberi dukungan, (5) merasa seimbang terhadap makna pesan yang sama dalam komunikasi tersebut. Pula, keberterimaan pesan-pesan komunikasi secara positif atau negatif, menurut Littlejohn, bergantung pada acuan – acuan internal dan keterlibatan egonya. Semakin besar keterlibatan ego dalam menilai suatu pesan komunikasi, semakin besar rentang penolakan. Pesan-pesan yang ditolak tentu pesan-pesan yang tidak efektif. Sebaliknya, semakin kecil egonya, semakin besar kebersikapan dan keberterimaannya secara positif. Audiens radio yang menerima program siaran Mandarin tentu mereka yang keterlibatan egonya kecil serta memiliki rentang

penolakan yang teramat kecil.

SIMPULAN

Dengan mendasarkan pada teori tentang bahasa yang mampu memfasilitasi suatu identitas atau jati diri etnik, dapat ditarik simpulan bahwa bahasa Mandarin dalam program siaran Strato Mandarin di radio Strato FM mencirikan adanya etnisitas (identitas) Tionghoa dalam program siaran tersebut. Siaran bahasa Mandarin di Strato FM ternyata mampu mengkonstruksi homogenisasi identitas etnis Tionghoa serta kesadaran betapa pentingnya bahasa mandarin bagi masyarakat. Ini terbukti bagaimana para pendengar Strato Mandarin saling berinteraksi dengan presenter dengan menggunakan *code switching* antara bahasa Mandarin dan Indonesia. Yang kemudian siaran tersebut ditransmisikan dan diterima oleh khalayak lain yang berbeda kultur maupun yang sama. Interaksi simbolik inilah yang kemudian melegitimasi identitas mereka. Ternyata benar, apa yang dikatakan Chris Barker bahwa bahasa dapat merupakan sumber dalam menyediakan bentuk “jati diri” dan identitas suatu kelompok dalam praktik sehari-hari.

Penerimaan masyarakat Surabaya terhadap siaran Mandarin sebagai representasi identitas etnis Tionghoa telah mampu menciptakan situasi komunikasi yang *mindful* (saling memahami) serta menyadari adanya perbedaan karakteristik masing-masing kultur. Dan perbedaan-perbedaan karakteristik kultur yang dimiliki masyarakat tersebut justru memperkaya khasanah budaya Indonesia yang multikultural. Kecuali itu, siaran mandarin merupakan media untuk membelajarkan diri masyarakat untuk bisa bersaing di tingkat global mengingat tuntutan ekonomi dan industri

Keberterimaan masyarakat audiens di Surabaya secara positif tentang etnisitas Tionghoa yang terepresentasikan dalam program siaran Mandarin yang *mindfull* tersebut ternyata mengindikasikan bahwa mereka memiliki keterlibatan ego yang kecil. Kecilnya keterlibatan ego itulah yang mampu mempengaruhi rentang penolakan yang dilakukan seseorang atau menerimanya secara positif. Seperti yang disampaikan Littlejohn bahwa semakin kecil keterlibatan ego dalam menilai suatu pesan komunikasi semakin kecil kemungkinan adanya penolakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Ubed. 2002. Politik Identitas Etnis: Pergulatan Tanpa Tanda Identitas; Magelang: Yayasan Indonesiatra.

- Aryani, Kandi. 2006. "Analisis Penerimaan Remaja terhadap Wacana Pornografi dalam Situs-Situs Seks di Media Online". dalam *Masyarakat Kebudayaan dan Politik*. Tahun XIX. Nomor 2, April 2006 (Terakreditasi)
- Bharker, Chris. 2005. *Cultural Studies: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Burton, Graeme. 1999. *Pengantar Untuk Memahami: Media dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Burton, Graeme. 2000. *Membicarakan Televisi: Sebuah Pengantar Kepada Kajian Televisi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Devito, Joseph A. 1997. *Komunikasi Antarmanusia*. (terjemahan). Jakarta: Profesional Books.
- Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana. Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKIS.
- Hall, Stuart. 2002. "The Television Discourse. Encoding and Decoding". Dalam *Jurnal McQuail's Reader in Mass Communication Theory*. London, Thousand Oaks. New Delhi: Sage Publication Ins.
- Harstanto, Sri. 2005. "Tanggung Jawab Media Massa Dalam Pembangunan Budaya Bangsa". <http://jakarta.unesco.or.id/localrad/bahasa/.../seminar/diknas>, diakses tanggal 25 February 2007).
- Jensen, Klaus Bruhn (ed). 1993. "Reception Analysis: Mass Communication as the Social Production of Meaning" dalam *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. Great Britain: Redwood Books.
- Lull, James. 1998. *Media, Komunikasi, Kebudayaan: Suatu Pendekatan Global*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Liliweri, Alo. 2003. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: LKIS.
- Mulyana, Dedi. 2000. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Rosdakarya.
- Mulyana, Dedi. 2005. *Komunikasi Antarbudaya*. Bandung: Rosdakarya.
- McQuail, Denis. 1991. *Teori Komunikasi Massa*. Edisi kedua. Jakarta: Penerbit Airlangga.
- PRSSNI. 2005. *Profil Radio Anggota PRSSNI Jawa Timur' 2005-2006*. Surabaya.
- Purwasito, Andrik. 2002. *Komunikasi Multikultural*. Solo: Universitas Muhammadiyah

Surakarta.

Rahardjo, Turnomo. 2005. *Menghargai Perbedaan Kultural: Mindfulness Dalam Komunikasi Antaretnis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Rahmat, Jalaludin. 1988. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.

Rivers, William L, dkk. 2003. *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Edisi II. Jakarta: Prenada Media.

Tester, Keith. 2003. *Media, Budaya, dan Moralitas*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.