Jurnal Pendidikan dan Konseling
Volume 4 Nomor 4 Tahun 2022
E-ISSN: 2685-936X dan P-ISSN: 2685-9351
Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai

Perancangan Sandiwara Radio Legenda Masyarakat Sulawesi Selatan "cinta datu museng dan maipa deapati"

Jelita Lidia Permata [1], Jessica Budi Santoso [2] Mulfah Ayu Suci Hafsari[3]
[1,2,3] Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR
Email: jessicabudi04@gmail.com

Abstrak

Globalisasi merupakan proses masuknya kebudayaan dari satu negara ke negara lain tanpa dipengaruhi oleh ruang dan waktu. Globalisasi dapat memicu lahirnya imperialisme budaya, yang merupakan diterimanya budaya nasional pada satu negara. Indonesia merupakan negara yang mengalami dampak dari imperialism budaya, salah satu dengan masuknya budaya K-Pop negara Korea Selatan. Untuk menahan arus imperialisme, maka dibutuhkan strategi untuk menjaga keseimbangan budaya nasional dan budaya dari luar Indonesia. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan melestarikan kebudayaan lokal, seperti Cerita Legenda melalui Radio. Karya ini menggunakan teori imperialisme budaya dan media massa dalam memproduksi sandiwara radio. Media massa konvensional radio dan program sandiwara radio digunakan sebagai media komunikasi kepada audience karena dapat menjangkau khalayak luas bahkan sampai ke daerah-daerah. Dalam membuat sandiwara radio, dilakukan 6 tahap untuk menyelesaikannya yaitu planning, preparing, writing, recording, directing, dan editing. Hasil durasi dari karya ini yaitu 48 menit dan disiarkan di radio lokal yaitu C-Radio 100.7FM yang merupakan radio lokal Marros, Sulawesi Selatan dan 97.3 Bima FM radio lokal Bima, Nusa Tenggara Barat. Sandiwara radio ini di produksi sebagai bentuk kontribusi pembuat karya dalam melestarikan kebudayaan Indonesia khususnya daerah Sulawesi Selatan.
Kata Kunci: *Sandiwara Radio, Globalisasi, Imperialisme, Legenda Rakyat*

Abstract

Globalization is the process of entering a culture from one country to another without being influenced by space and time, the existence of globalization can trigger the birth of cultural imperialism. Cultural imperialism is a theory where the national culture in one developed country is globally accepted by other countries and made as a global culture. Globalization and imperialism are related, because there are cultural exchanges between one country and another that are unevenly distributed. Indonesia is one of the countries that has the impact of imperialism, because of K-Pop culture in Indonesians and causing them to follow their lifestyle. To restrain the flow of imperialism, a strategy is needed to maintain the balance of western and non-western cultures in Indonesia. One of the ways that can be done is by preserving local culture, such as legends. This project uses the theory of cultural imperialism and the mass media in producing radio drama. Mass media conventional radio and drama radio programs are used as media to communicate with audiences because they can reach a wide audience even to the regions. In making a radio drama, there 6 stages are carried out, namely planning, preparing, writing, recording, directing, and editing. The duration result of this project is 48 minutes and is broadcast on local radio, there is C-Radio 100.7FM which is a local radio for Marros, South Sulawesi and 97.3 Bima FM, a local radio from Bima, West Nusa Tenggara. This radio drama was produced as a form of contribution in preserving Indonesian culture, especially in the South Sulawesi region.
Keywords: *Globalization, Imperialism, Legends, Radio Drama*

PENDAHULUAN

Kecanggihan teknologi saat ini membuat para generasi internet mengandalkan media sosial sebagai wadah untuk memperoleh informasi. Masyarakat Indonesia saat ini memiliki perhatian yang minim terhadap sastra lisan, khususnya dari kaum millennials seperti cerita legenda. Berdasarkan observasi penulis, sastra lisan di Indonesia kini nyaris tenggelam akibat derasnya arus zaman. Hal ini disebabkan minat membaca dan mendengarkan dongeng dikalangan anak generasi millennials mulai memudar (Fitriyani, 2022). Hal serupa juga diungkapkan oleh Kominfo (2016) bahwa Kaum Millenials yang lahir pada tahun 1980-awal tahun 2000 lebih memilih untuk mengonsumsi konten dari media sosial.

Terkait dengan hal tersebut, penulis mencoba melakukan pra riset kepada 44 responden di Jakarta menggunakan Google form. Berikut terdapat tabel hasil pra riset tersebut:

Tabel 1. Hasil Pra Riset Legenda

Usia	Jenis Kelamin	Legenda yang paling sering didengarkan	Terakhir mendengarkan cerita legenda
17-20 Tahun: 11 Responden	Perempuan: 29 Responden	Daerah Jawa: 29 Responden	SD - SMA: 33 Responden
21-24 Tahun: 33 Responden	Laki-laki: 15 Responden	Daerah Sumatera: 8 Responden	2019 – 2020: 7 Responden
		Lain-lain: 7 Responden	Tidak ingat: 4 Responden

Sumber : Data Olahan Penulis, 2020

Data di atas memperlihatkan, bahwa terdapat 33 dari 40 responden millennials berusia 18-24 tahun yang terakhir kali mendengar cerita legenda kurang lebih saat duduk dibangku sekolah, baik itu Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), atau Sekolah Menengah Akhir (SMA). Kemudian yang terakhir kali mendengarkan cerita legenda pada jangka waktu 2019 hingga 2020 yaitu sebanyak tujuh responden dan yang tidak mengingat kapan terakhir kali mendengarkan cerita legenda terdapat empat responden. Hasil pra riset membuktikan bahwa, rata-rata millenials terakhir kali mendengarkan cerita legenda ketika duduk di bangku sekolah.

Pesatnya kemajuan teknologi semakin memudahkan masyarakat bertukar informasi antara satu dengan lainnya, hal ini karena adanya internet yang mepengaruhi globalisasi atau kecepatan dalam mengakses informasi di berbagai belahan dunia. Globalisasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah proses masuknya ke ruang lingkup dunia, maksudnya adalah globalisasi merupakan proses masuknya berbagai macam aspek-aspek kehidupan, salah satunya adalah kebudayaan dari satu negara ke negara lain tanpa dipengaruhi oleh ruang dan waktu.

Globalisasi telah mempengaruhi proses komunikasi yang semakin “menyatu” hingga melampaui batas-batas wilayah geografis, dengan jangka waktu yang sangat cepat melalui media massa seperti televisi, radio, dan juga internet. Sehingga hal tersebut memicu percampuran budaya yang tidak dapat dihindari. Budaya mengalami perubahan sepanjang waktu baik secara evolusioner maupun revolusioner (Amalia, 2018). Pengertian Budaya dari sudut pandang komunikasi merupakan kombinasi yang kompleks antara simbol-simbol, adat, pengetahuan, cerita rakyat, ritual, kebiasaan, dan sebagainya yang memberi identitas pada sebuah kelompok tertentu pada satu titik waktu tertentu

(Ruben & Stewart, 2017, pp. 358-359).

Dari uraian di atas, dapat dipahami bahwa budaya sangat erat hubungannya dengan masyarakat, karena masyarakat merupakan salah satu sistem sosial yang besar, kompleks, dan berkembang. Didalamnya berlangsung sebuah proses komunikasi berupa simbol-simbol, seperti, bahasa, tempat, monumen, dongeng, dan sebagainya, dimana simbol-simbol tersebut merupakan simbol budaya yang paling nyata dan bisa dilihat.

Dalam Masyarakat, salah satu sarana individu untuk dapat berbagi dan memelihara budaya adalah dengan komunikasi. Tanpa komunikasi akan sulit untuk menyampaikan unsur-unsur atau simbol-simbol budaya dari satu generasi ke generasi lainnya. Globalisasi memicu lahirnya imperialisme budaya atau yang dapat juga disebut dengan imperialisme media, dimana budaya nasional pada satu negara maju diterima secara global oleh negara-negara lain dan dijadikan sebagai budaya global. Harshe (Jin, 2015). menggambarkan globalisasi dan imperialisme saling berkaitan, hal tersebut ditandai dengan adanya pertukaran budaya yang tidak setara antara satu negara ke negara lain

Dari uraian tersebut, penulis memahami bahwa Imperialisme budaya merupakan masuknya budaya asing ke dalam suatu negara, sehingga hal tersebut mempengaruhi perilaku konsumtifitas masyarakat terhadap trend atau gaya modern dari negara asing. Percampuran kebudayaan yang terjadi sampai saat ini membuat masyarakat dapat memilih apa yang disukai dan tidak disukai, misalnya memilih untuk "mengkonsumsi" cerita lampau atau cerita masa kini yang lebih related dengan kehidupan sehari-hari.

Perkembangan teknologi pada era modern ini membuat imperialisme bukan hanya dari negara Barat saja tetapi juga dari negara-negara non-Barat, seperti Korea, Cina, Jepang, dan sebagainya. Beberapa negara tersebut memiliki budaya dan nilai-nilai yang berbeda tidak hanya menjadi tayangan saja, tetapi music dan jenis makanan pun sudah tidak asing lagi bagi negara Indonesia (Ardian, 2017, p. 8). Maka penulis memahami bahwa pengemasan yang sedemikian rupa untuk dipertontonkan dan disebarkan melalui media massa jika memiliki eksistensi yang tinggi akan membuat imperialisme semakin menonjol dan mendominasi budaya di negara lainnya.

Salah satu negara yang terdampak imperialisme adalah Indonesia, contohnya ketika masuknya budaya K-Pop di tengah masyarakat. Berkembangnya Korean Pop Culture di Indonesia dimulai sejak kemunculan drama serial Korea terlaris pada tahun 2002, yaitu Endless Love di salah satu stasiun TV swasta. Hal tersebut menyebabkan masuknya Korean Pop Culture lainnya seperti, musik, makanan, dan pariwisata. Sehingga, tidak jarang ditemukan bahwa masyarakat Indonesia mengikuti gaya hidup mereka seperti, cara berpakaian, cara berbicara, dan sebagainya (Larasati, 2018, p. 117).

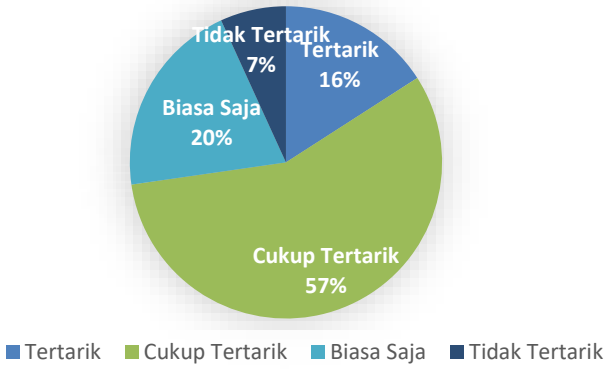
Berdasarkan hal tersebut dibutuhkan strategi kebudayaan lokal untuk menahan arus deras imperialisme budaya melalui media. Dengan kata lain, suatu negara membutuhkan strategi untuk menjaga keseimbangan budaya-budaya barat maupun non-barat yang masuk ke Indonesia. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan melestarikan kebudayaan lokal, seperti Cerita Legenda.

Bicara tentang kebudayaan Indonesia, Legenda merupakan salah satu warisan sejarah bangsa Indonesia yang seharusnya dilestarikan. Namun, dewasa ini masyarakat Indonesia khususnya kaum millenials nyaris melupakan legenda-legenda nusantara karena menganggap cerita legenda hanyalah masa lalu, hanya berisi mitos dan takhayul yang tidak nyata, dianggap lebih berat dan sulit dimengerti, maka mereka teralihkan dengan konten-konten baru baik dalam negeri maupun luar negeri seperti, sinetron, drama korea, dan sebagainya yang memiliki jalan cerita, nama tokoh, dan pesan yang lebih ringan, sesuai dengan kehidupan sehari-hari serta mudah dimengerti.

Hal ini didapatkan dari pra riset yang telah dilakukan terhadap 44 responden milenials sebelumnya. Sebagian responden berpendapat bahwa legenda semakin punah dimakan waktu, banyak cerita yang tidak diketahui karena pelestarian yang kurang, legenda dianggap sebagai cerita remeh, dan kurang

realistis. Namun, sebagian besar masih ada yang beranggapan bahwa legenda berisikan tentang motivasi, pelajaran hidup, unik, menarik, ajaran untuk mencintai tanah air, imajinatif, dan sebagainya.

Dalam pra riset tersebut kami juga menanyakan seberapa tertarik kah responden terhadap cerita legenda, dan berikut adalah hasil nya:



Gambar 1. Diagram Ketertarikan Responden Terhadap Cerita Legenda

sumber : Hasil Pra-Riset Peneliti (2020)

Berdasarkan pendapat dari para responden tersebut, sebanyak 57% responden cukup tertarik dengan cerita legenda. Maka, pembuat karya menyadari fenomena tersebut, bahwa masih ada harapan untuk legenda terus dilestarikan dan dijaga secara turun-temurun, meskipun sifatnya yang hanya "dianggap" benar-benar terjadi, penuh imajinasi, dan tidak realistis. Tidak dapat dipungkiri bahwa hal-hal tersebut merupakan sifat asli atau ciri khas dari Legenda itu sendiri.

Namun, sifat lainnya adalah cerita legenda sangat penting untuk diketahui atau didengarkan oleh masyarakat karena kisahnya yang memotivasi, mengandung nilai-nilai, unik, mengharukan, dan berisi ajaran-ajaran kehidupan bagi masyarakat. Untuk merealisasikan hal tersebut dibutuhkan cara berkomunikasi yang baik dan menarik bagi para audience.

Selain itu juga terdapat faktor lain yang mempengaruhi menurunnya pelestarian ini, yaitu pencerita atau ahli yang memegang erat cerita-cerita legenda tersebut nyaris hilang atau jumlahnya yang sangat sedikit. Hal ini juga dipengaruhi oleh faktor usia dari yang bercerita sehingga pembawaannya pun kalah menarik dengan cerita-cerita di masa modern ini. Sebagai masyarakat Indonesia, pembuat karya juga menyadari bahwa lambat laun budaya asing akan semakin meluas dan melemahkan budaya-budaya lokal.

Dalam obersvasi yang sudah dilakukan, pembuat karya memperhatikan bahwa masih ada beberapa organisasi, individu atau akun-akun media yang membawakan cerita Legenda, seperti Pementasan Teater di Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR, Pementasan di Kampus Institut Kesenian Jakarta (IKJ), Sinetron mengenai cerita rakyat yang tayang di stasiun MNCTV dengan salah satu judul "Jaka Tingkir dan Walisongo", Akun Youtube "Dongeng Kita", Buku Cerita Rakyat Nusantara, Production House "MD Entertainment", dan lain sebagainya dalam beberapa waktu, dan dapat dikatakan jarang.

Penulis meyakini bahwa setiap daerah memiliki cerita rakyat dan legenda yang unik serta tidak kalah menarik antara satu sama lain. Legenda dari berbagai daerah memiliki kesempatan untuk dilestarikan dan dibagikan ke masyarakat seluruh Indonesia. Lagi pula, hal ini juga merupakan kekayaan sastra dari setiap daerah sebagai identitas masing-masing. Masyarakat, sastra, dan kebudayaan merupakan unsur-unsur yang memiliki jalinan hubungan kuat antara satu dengan yang

lain (Hamila, 2015, p. 3). Maka, dalam proses perkembangannya dapat ketiga unsur tersebut dapat saling berpengaruh, saling membutuhkan, dan juga saling menentukan.

Melalui pra riset yang sama, ditemukan bahwa sebanyak 65,9% responden lebih banyak mengetahui dan mendengarkan Legenda dari pulau Jawa, sebanyak 18,2% responden lebih banyak mengetahui dan mendengarkan Legenda dari Sumatera, dan sisanya sebanyak 15,9% adalah gabungan dari responden yang mengetahui dan mendengarkan legenda dari daerah Kalimantan, Papua, Sulawesi, Manado dan Ambon. Maka penulis memutuskan untuk merancang sandiwara radio legenda masyarakat dari salah satu daerah yang jarang diketahui oleh masyarakat luas yaitu, Sulawesi Selatan dengan judul "Cinta Datu Museng dan Maipa Deapati".

Dalam perancangan project ini, dibutuhkan cara berkomunikasi yang sesuai dengan selera masyarakat untuk dapat menyampaikannya dengan baik. Berdasarkan hasil pra riset kami, Rata-rata responden menginginkan pengemasan yang menarik, mudah dimengerti, dan berakhir tragis. Mulai dari cara bicara, efek suara, atau ekspresi yang benar-benar mendukung kesungguhan dari cerita yang disampaikan sehingga dapat membawa audience untuk mengimajinasikan cerita tersebut dan menimbulkan kesan. Rata-rata millennials juga menginginkan alur cerita yang tidak mudah ditebak namun juga memiliki pesan moral yang mendidik bagi masyarakat.

Berdasarkan hal tersebut, penulis memilih "Cerita Legenda Kisah Cinta Datu Museng dan Maipa Deapati", karena cerita tersebut mengandung unsur kesetiaan antara seorang pemuda dengan negara nya pada masa kolonialisme Belanda dan kesetiaan cinta antara pemuda biasa tersebut dengan wanita nya yang merupakan putri dari seorang Sultan. Cerita Legenda ini sangat mengharukan dan berakhir tragis, sehingga dikenal sebagai kisah Romeo dan Juliet Indonesia yang berakhir tidak baik. Cerita yang pedih ini menjadi ketertarikan bagi kami sehingga suasana yang ingin kami bawakan juga dapat terealisasikan.

Bukan hal yang tepat bagi kita untuk tidak ambil bagian dalam pelestarian sastra seni di Indonesia jika sudah menyadari betapa pentingnya dan betapa berharga nya hal tersebut. Sebagai penerus yang diwariskan oleh nenek moyang berupa hakikat-hakikat dan amanah masa lalu, pembuat karya wajib untuk meneruskan cerita-cerita legenda dan mengabadikannya dengan baik supaya meminimalisir distorsi dan variasi yang timbul baik dalam budaya disengaja maupun tidak disengaja.

Penulis melakukan perancangan untuk salah satu media massa konvensional yaitu, Radio sebagai media komunikasi antara pembuat karya kepada audience. Radio merupakan bagian dari komunikasi massa karena memenuhi ciri-cirinya, yakni komunikasi yang disampaikan menggunakan media massa atau media yang dapat menjangkau khalayak luas bahkan sampai ke daerah-daerah. Dalam prosesnya komunikasi akan berlangsung secara satu arah, melembaga, berisi pesan yang sifatnya umum, berpengaruh dalam menimbulkan keserempakan dan komunikan bersifat heterogen atau masyarakat dengan identitas yang beragam mulai dari adat, suku, ras, agama, dan kebudayaan (Effendy, 2018, p. 145).

Dalam Radio terdapat salah satu program yang sempat populer dan diminati oleh masyarakat pada tahun 1970-1980an, yaitu Sandiwara Radio. Sandiwara Radio atau Drama Radio merupakan program yang seru dan dinanti-nanti oleh pendengar pada masa nya. Di zaman popularitasnya, sandiwara radio membawakan cerita-cerita yang menarik tentang kerajaan diantaranya adalah Saur Sepuh, Tutur Tinular, Misteri Gunung Merapi, dan sebagainya. Selain itu juga mengenai drama kehidupan yang berjudul Ibuku Malang Ibuku Tersayang, dan Catatan Si Boy yang disiarkan di beberapa kota yang begitu digemari para kawula muda hingga ditayangkan di layar lebar (Triartanto, 2017, p. 63).

Sandiwara radio merupakan program yang menyajikan suatu kisah dengan hanya mengandalkan audio saja mulai dari kata-kata, perasaan, suasana, dan sebagainya. Kisah tersebut juga akan dibawakan dengan gaya yang bermacam-macam seperti naratif, dialog, maupun monolog yang

dilengkapi dengan musik, efek suara, dan lagu untuk membawa pendengar berkelana di imajinasi secara pribadi.

Hausman, dkk dalam Susanti (2015, p. 18) menyebutkan bahwa dalam meningkatkan produksi radio terdapat empat faktor yang berperan penting, yaitu efek suara, musik, pewarnaan suara, waktu dan laju. Keempat hal tersebut saling mempengaruhi dalam menciptakan suasana hati atau mood pendengar, menandakan keunikan, dan menciptakan persepsi yang diinginkan kepada pendengar. Sandiwara atau drama radio memiliki kemampuan untuk menciptakan gambaran visual di dalam pikiran pendengarnya yang lebih jelas dan lebih sesuai dengan ekspektasi pendengar dibandingkan dengan penciptaan gambaran yang dilakukan oleh media massa lain yang berbentuk visual.

Harapannya, dengan menggunakan sandiwara radio, pendengar dapat memiliki imajinasi yang lebih menarik sehingga memunculkan perasaan bahwa Legenda nusantara merupakan hal yang harus dilestarikan dan sayang bila dilewatkan begitu saja oleh millennials. Meningkatkan kesadaran untuk mendukung budaya sebagai identitas negara Indonesia, sehingga semakin banyak orang yang ingin mengabadikannya baik dalam bentuk pementasan, tulisan, sandiwara radio, dan cara-cara kreatif lainnya. Selain itu, membuat produksi radio juga akan jauh lebih mudah dan fleksibel dibandingkan dengan media konvensional lainnya seperti televisi. Hal ini juga dipengaruhi oleh biaya produksi yang jauh lebih ringan untuk direalisasikan oleh mahasiswa, karena tidak memerlukan banyak tempat shooting, dan hanya mengandalkan talent suara. Bagi pendengar radio pun tidak ada batasan dalam mendengarkannya, karena sifatnya yang fleksibel sehingga dapat didengarkan sambil melakukan aktivitas lainnya dimanapun dan kapanpun.

Tujuan perancangan karya ini adalah untuk memberikan gambaran dalam membuat sandiwara radio, dan mengedukasi untuk melestarikan legenda masyarakat melalui media massa, salah satunya radio dalam upaya menahan arus imperialism budaya. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat agar masyarakat asyarakat dapat menjadikan perancangan sandiwara radio ini sebagai contoh gerakan dalam melestarikan legenda di Indonesia. Masyarakat juga dapat menikmati cerita legenda melalui audio, sehingga para pendengar dapat memiliki imajinasi yang berbeda-beda dengan keseruan yang berbeda.

METODE

Penelitian ini juga mengunakan teknik observasi, dan wawancara terhadap Sutradara Art2Tonic pembuat Film “Maipa Deapati dan Datu Museng” untuk mendapatkan naskah yang original. Metode Penelitian dalam pembuatan karya ini terdiri dari 3 tahap untuk menyelesaikannya yaitu Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi. Dalam pembuatan karya sandiwara radio, kami melakukan analisis situasi menggunakan metode analisis SWOT. Metode SWOT pertama kali dikenalkan oleh Albert Humprey yang pada tahun 1950-1960 sedang melakukan analisis terhadap 500 perusahaan Amerika Serikat. SWOT merupakan singkatan dari Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang) dan Threaths (ancaman) yang digunakan untuk mengevaluasi suatu spekulasi bisnis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Imperealisme Budaya

“(Schiller, 1976, p.9-10) says the concept of cultural imperialism describes the sum of processes by which a society is brought into the modern world system and how its dominating stratum is attracted, pressured, forced, and sometimes bribed into shaping social institutions to correspond to, or even promote, the values and structures of the dominant center of the system” (Konsep imperialisme budaya menggambarkan jumlah proses di mana suatu masyarakat dibawa ke dalam sistem dunia

modern dan bagaimana strata dominasinya ditarik, ditekan, dipaksa, dan kadang-kadang disuap untuk membentuk institusi sosial agar sesuai dengan, atau bahkan mempromosikan, nilai-nilai. dan struktur pusat dominan dari sistem).

Teori ini pertama kali dikemukakan oleh H. Schiller (Nurudin, 2017, p. 175) pada tahun 1973, dimana Schiller menyatakan bahwa negara Barat, seperti Amerika Serikat telah mendominasi media di seluruh dunia. Alasannya, karena media barat memiliki kekuatan secara materi dan teknologi modern yang mengesankan. Hal serupa juga diungkapkan oleh Baran (Baran, 2012, p. 214) bahwa imperialisme budaya merupakan invasi kebudayaan suatu negara yang dilakukan oleh negara asing yang memiliki kekuatan melalui media massa.

Berdasarkan hal tersebut maka dapat dipahami bahwa imperialisme budaya merupakan budaya negara Barat masuk ke negara-negara lain yang diikuti dengan kekuatan uang dan juga teknologi modern, sehingga budaya mereka dapat masuk melalui media massa baik yang dengan sengaja maupun tidak sengaja budaya tersebut mendominasi, mempengaruhi, dan mengikis kebudayaan asli dari negara lain.

Komunikasi Massa

Komunikasi massa (mass communication) merupakan singkatan dari komunikasi melalui media massa (Effendy, 2018, p. 20). Hal ini juga diungkapkan oleh Mulyana bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, yaitu media cetak seperti, koran, majalah, dan media elektronik seperti, radio, televisi yang ditujukan kepada sejumlah besar orang (Mulyana, 2016, p. 83).

Berdasarkan kedua teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa merupakan proses komunikasi yang disampaikan melalui media massa sehingga dapat menjangkau khalayak dalam jumlah besar secara cepat dan serentak.

Radio

Radio merupakan hasil dari perkembangan teknologi yang menggunakan suara kemudian disebarkan secara bersamaan menggunakan gelombang radio di udara. Guglielmo Marconi, menciptakan wireless telegraph pada tahun 1896. Wireless telegraph menggunakan gelombang radio untuk membawa pesan dalam bentuk kode morse. Selain itu marconi juga mendirikan perusahaan pengirim pesan untuk kapal, stasiun pemancar, penerima di kawasan yang tidak dijangkau, dan mendirikan pabrik perakit penyedia perlengkapan radio. Kemudian pada tahun 1913 Marconi telah mendominasi bisnis radio yang dimanfaatkan untuk keperluan-keperluan perdagangan dan transportasi di Eropa dan Amerika Serikat (Astuti, 2013, p. 5).

Amerika Serikat memiliki peran yang cukup penting dalam perkembangan media massa termasuk radio, karena adanya teknologi baru yang diciptakan dan Amerika juga membuat model pertama pemanfaatan radio untuk kepentingan komersial (Astuti, 2013, p. 5). Pada zaman pemerintahan penjajahan Belanda, Indonesia memiliki program radio yang disiarkan untuk pertama kalinya yaitu Nerderland Indie - Hindia Belanda yang disiarkan dalam Bataviase Radio Vereniging (BRV) berlokasi di Batavia atau Jakarta. BRV didirikan pada 16 Juni 1925, semenjak adanya radio tersebut timbulah radio siaran lainnya, seperti Nederlandsch Indische Radio Omroep Mij (NIROM) berlokasi di Jakarta, Bandung dan Medan, Solossche Radio Vereniging (SRV) berlokasi di Solo, dsb (Triartanto, 2017, p. 27). Pengertian Radio menurut Jull Swanell dalam The Little Oxford Dictionary of Current English, radio merupakan pengiriman dan penerimaan pesan melalui gelombang elektronik tanpa sambungan nirkabel. (Triartanto, 2017, p. 30) Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa, radio adalah sebuah alat yang dapat digunakan untuk pengiriman dan penerimaan semua pesan menggunakan gelombang suara atau elektromagnetik.

Fungsi radio

Radio mempunyai dua fungsi utama, yaitu mengirimkan pesan, mendidik, membujuk, dan menghibur. Informasi yang disiarkan di radio memiliki berbagai macam bentuk yaitu, berita yang bersifat internasional, maupun lokal, berita ekonomi, berita lalu lintas, berita cuaca, dan hiburan (talkshow dan sandiwara radio). Dalam menyampaikan pesannya radio memiliki dua model komunikasi, yakni model komunikasi satu arah adalah yang beranggapan bahwa radio merupakan komunikator tunggal yang memberikan pesan kepada pendengar pasif, dan model komunikasi dua arah adalah radio menempatkan sebagai komunikator yang melakukan interaksi kepada pendengar aktif.

Program radio

Dalam (Wibowo, 2012, pp. 60-89) terdapat beberapa Program Siaran Radio, yaitu:

1. Program Siaran *The Talk Program*

   Dalam program ini biasanya membahas beberapa topik permasalah penting dan fakta, seperti pendidikan, agama, ekonomi, kebijakan politik, permasalahan sosial, seni, dan sebagainya. Program ini berdurasi 15-25 menit.
2. Program Berita

   Program ini membahas tentang uraian sebuah kejadian secara jelas, lengkap, aktual, faktual, dan pastinya berita yang dibawakan memiliki value nya tersendiri. Program berita disiarkan secara berkala.
3. Program Reportase atau Laporan

   Program yang disiarkan secara langsung dari suatu tempat kejadian, kejadian ini dilaporkan oleh seorang reporter. Seorang reporter radio memiliki kewajiban untuk menyampaikan secara detail apa saja yang ada ditempat kejadian, melalui kata-kata yang pas dan istilah dan seluruh suasana yang tepat, karena media radio hanya mengandalkan suara tanpa melihat visualisasinya.
4. Program Siaran Hiburan Sandiwara Radio

   Program yang paling banyak disukai oleh pendengar radio, jika dikemas secara menarik dan memukau. Banyak program Sandiwara Radio yang unggulan di beberapa radio swasta.

Sandiwara radio

Sandiwara Radio atau bisa disebut Drama Radio memiliki kekuatan di dalam hasil ciptaan suara manusia, musik, efek suara, dan disertai narasi atau dialog. Pada tahun 1880-an, Drama radio diluncurkan oleh Clement Ader seorang Insinyur dari Prancis. Pada tahun 1921, drama radio menggunakan bahasa Inggris disiarkan oleh radio KDKA yang berada di Pittsburgh, Amerika Serikat untuk pertama kalinya. Program radio memiliki berbagai macam genre, seperti horor, misteri, romantic, comedy, dsb menurut Novianti (Novianti, 2019, p. 158).

Pada masa nya, sandiwara radio sebagai salah satu acara favorit radio yang berupaya mengagendakan kegiatan masyarakat. Menurut Setiyaji, Patria, Partho (Radio The Untold Stories, 2015, p. 50) “Kekuatan sandiwara radio ada pada karakter suara yang diperankan oleh aktornya, serta instrumen musik yang memberikan warna semakin menarik dan mengena”. Didalam radio musik digunakan sebagai pembangun suasana sehingga akan mempengaruhi perasaan pendengar.

Kekuatan dari sandiwara radio dibandingkan dengan drama pentas diatas panggung atau sinetron adalah pendengar bebas menggunakan imajinasinya dan tidak dibatasi dengan adanya sebuah visualisasi di atas panggung, hal tersebut membuat penonton bisa membayangkan seperti apa tokoh, dan alur cerita nya sesuai imajinasinya masing-masing.

Efektivitas Program

Efektivitas sebagai ukuran suksesnya organisasi didefinisikan sebagai kemampuan organisasi untuk

mencapai segala keperluannya. Adapun efektivitas program merupakan tingkat perwujudan sasaran yang menunjukkan sejauh mana sasaran program yang telah ditetapkan. Efektivitas program juga bisa dilihat dari seberapa besar pendengar yang ikut berpartisipasi atau ikut serta dalam sebuah program yang dilakukan selain itu efektivitas juga meninjau apakah ada efek (pengaruh, akibat, kesan), atau sesuatu yang menunjukkan ketercapaian terhadap tujuan yang ditetapkan. efektivitas program dapat dijalankan dengan kemampuan dan operasional dalam melaksanakan programprogram kerja yang sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Untuk menghasilkan suatu program yang efektif, maka radio harus memperhatikan unsur-unsur daya tarik radio. Radio sebagai media yang hanya mengandalkan suara atau bunyi, tentu memiliki keterbatasan dalam menyampaikan pesannya. Maka dari itu, seorang penyiar dituntut mampu menyampaikan pesan kata-kata ujuran atau tuturan secara komunikatif, dapat dicerna dimengerti dan dipahami.

Legenda

Legenda merupakan cerita fiksi, yang dianggap jalan cerita dalam sebuah peristiwa benar-benar pernah terjadi. Legenda memiliki sifat sekuler yaitu waktu terjadinya sebuah peristiwa belum terlalu lama, dan peristiwa tersebut berlokasi di dunia.

Menurut Jan Harold Brunvand dalam buku Folklor Indonesia Ilmu Gosip, Dongeng, dan lain-lain (Danandjaja, 1986, pp. 67-80), legenda memiliki empat kelompok, yaitu:

1. Legenda Keagamaan *(religious legends)*
   Legenda yang termasuk kedalam kelompok ini adalah legenda orang-orang suci Nasrani. Legenda ini sudah dikenal dan diresmikan oleh Gereja Katolik Roma dan sebagai bagian dari sastrawan agama atau hagiography, yaitu tulisan, karangan, dan buku yang membahas kehidupan orang-orang saleh. Meskipun hagiografi telah dicatat, tetapi ia jadi bagian dari folklor, lantaran bentuk aslinya masih berada di antara rakyat sebagai tradisi lisan.
2. Legenda Alam Gaib (*supernatural legends*)
   Legenda ini diambil dari cerita nyata seseorang yang dianggap benar-benar terjadi, selain itu legenda alam gaib juga berisi cerita tradisional yang memiliki ciri khasnya. Fungsi dari legenda tersebut adalah untuk menguatkan sesuatu yang benar dan membuat masyarakat percaya. Ahli Folklor Swedia yaitu C.W. von Sydow memberi nama khusus legenda ini, yaitu memorat.
3. Legenda Perseorangan *(personal legends)*
   Legenda yang mengangkat kisah dari tokoh-tokoh tertentu, yang dianggap sama tokohnya bahwa cerita tersebut benar-benar pernah terjadi.
4. Legenda Setempat *(local legends)*
   Legenda yang termasuk kedalam kelompok ini yaitu cerita yang memiliki hubungan pada sebuah tempat, nama tempat, dan bentuk latar sebuah tempat, yaitu bukit, jurang, dsb.

PERANCANGAN

Langkah Demi Langkah Perencanaan

Dalam langkah-langkah perencanaan karya sandiwara radio, terdapat tahap-tahap yang mendasari produksi program radio yaitu, Pra-produksi, Produksi, dan Pasca-produksi (Romli, 2017) :

Pra – Produksi

Pra-Produksi, merupakan salah satu proses yang wajib dilakukan sebelum memulai pembuatan karya. Terdapat beberapa persiapan yang dilakukan oleh pembuat karya untuk mendukung proses produksi dan pasca-produksi, yaitu :

1. Penentuan Ide dan Tema Cerita

   Pembuat karya mendapatkan ide cerita dengan menggunakan teknik *Brainstorming* yaitu dengan menggabungkan ide-ide spontan. Teknik ini dinilai cukup efektif untuk lebih mudah menuangkan ide-ide dan menerima setiap masukan dari masing-masing anggota. Langkah-langkah yang pembuat karya lakukan dalam pencarian ide adalah:

   a. Pembuat karya menggunakan teknik *research* dan observasi mengenai tema yang ingin diangkat. Pengumpulan data-data tersebut kami lakukan melalui Google, Instagram, Youtube, dan Spotify untuk menentukan ide cerita yang akan digunakan.
   b. Menentukan program radio yang ingin digunakan. Hal ini berpengaruh untuk memperjelas tujuan dari pembuatan karya, yaitu untuk melestarikan legenda melalui program Sandiwara Radio. Pembuat karya ingin membawa pendengar ke suasana yang santai sehingga dalam produksi nya nanti akan terdapat musik dan lagu.
   c. Setelah mengumpulkan data dan menentukan program yang ingin digunakan, langkah selanjutnya adalah membuat konsep karya. Sebelum dikemas dalam naskah audio, pembuatan konsep karya sangat dibutuhkan untuk menjaga tujuan dan menuntun pengaplikasian yang sesuai.

2. Riset

   Pembuat karya melakukan pencarian data dengan menggunakan metode kuesioner yang disebarkan kepada masyarakat yang berusia 18-30 tahun. Data yang sudah didapatkan digunakan untuk membuat tahapan Sandiwara Radio yang akan diproduksi. Hal ini dilakukan untuk mencari tahu berapa jumlah masyarakat yang mengetahui sandiwara radio dan cerita legenda cinta Datu Museng dan Maipa Deapati. Pembuat karya juga melakukan riset pada buku yang berjudul "Kisah Cinta Datu Museng dan Maipa Deapati" sebagai literature dan juga film "Everlasting Love Story Maipa Deapati dan Datu Museng" dari Rere Art2Tonic. Kedua riset tersebut digunakan sebagai acuan dalam penulisan naskah cerita untuk sandiwara radio "Cinta Datu Museng dan Maipa Deapati".

   Untuk mendapatkan kisah yang orisinil dalam menulis naskah cerita, pembuat karya juga melakukan riset dengan mewawancarai Syahrir Arsyad Dini selaku Sutradara Film "Everlasting Love Story Maipa Deapati dan Datu Museng" dan Fildza Hidayati Baqi Burhan yang berperan sebagai Maipa Deapati dalam film tersebut. Narasumber yang diwawancarai, sebelumnya sudah pernah melakukan wawancara secara langsung dengan keluarga keturunan Maipa Deapati yang berada di Sumba, Nusa Tenggara Barat.

3. Penulisan naskah

   Penulisan naskah cerita untuk sandiwara radio berdasarkan data dari hasil riset yang dilakukan oleh pembuat karya, yaitu dari buku cerita dan narasumber yang mengetahui cerita tersebut. Sehingga, dapat menghasilkan cerita yang orisinil tanpa ada unsur bias dalam karya sandiwara radio yang dibuat.

4. Casting Aktor / Aktris

   Membuka pendaftaran bagi para *dubber* yang tertarik untuk memerankan tokoh-tokoh dalam naskah *audio* tersebut mulai dari bulan Desember.

   a. Casting dilakukan secara online, menggunakan *voice recording* yang dikirimkan melalui email.
   b. Menyiapkan *script* dan petunjuk suasana hati yang harus dibawakan dari beberapa tokoh
   c. Penilaian casting akan dilakukan secara *online*, dan pengumuman akan dilakukan 24 jam setelah casting ditutup.

Produksi

Tahap produksi yang pembuat karya lakukan yaitu melakukan proses *recording* dilakukan oleh *dubber* yang sudah terpilih, kami juga melakukan penggabungan musik-musik daerah sehingga menjadi sebuah musik yang baru, selain itu kami juga melakukan proses *editing* dengan menggabungkan *dubber*, musik, dan *backsound* yang sesuai dengan jalan cerita.

1. Tahap Latihan

   Dalam proses latihan, pembuat karya melakukan *reading* bersama dengan para *dubber* yang akan terlibat dalam proses *recording.* Hal ini dilakukan untuk membangun *chemistry* antar *dubber.* Selain itu, proses latihan juga dibutuhkan untuk membuat tokoh lebih terbiasa dan mempermudah *dubber* mendalami peran, karakter maupun cerita yang akan dibawakan. Satu hal yang tidak kalah penting adalah tahap latihan dapat meminimalisir kesalahan pemeran naskah dan menghemat waktu saat proses rekaman.

2. Tahap Recording

   Tahap ini adalah tahap dimana pengambilan suara dilakukan oleh *dubber.* Pembuat karya menggunakan *recording room* kampus LSPR dengan menggunakan aplikasi *Adobe Audition* dan rekaman dilakukan secara bersama-sama. Selain itu pembuat karya juga melakukan proses *recording* untuk pembuatan musik yang akan digunakan dalam karya tersebut yang dilakukan di studio recording terpisah.

3. Tahap Editing

   Dalam tahap ini, *editor* menggunakan aplikasi *Adobe Audition* untuk menggabungkan dan memperhalus hasil rekaman suara dari para tokoh dengan menambahkan *theme song*, musik, *backsound*, dan juga lagu-lagu sebagai pemisah adegan. Dalam proses ini, *editor* akan mengedit beberapa *audio* tersebut dan disesuaikan dengan naskah sandiwara radio yang telah dibuat.

Pasca Produksi

Mempromosikan Sandiwara Radio melalui sosial media seperti instagram, facebook dan twitter yang dimiliki oleh radio-radio tersebut. Promosi akan dilakukan selama 3 hari sebelum sandiwara radio disiarkan. Setelah dipromosikan, sandiwara radio akan disiarkan di radio-radio lokal Sulawesi Selatan dan Nusa Tenggara Barat (NTB) dengan durasi 30 menit sampai dengan 45 menit. Pembuat karya akan menyebarkan kuesioner *online* berupa evaluasi yang ditujukan kepada masyarakat Sulawesi Selatan dan Nusa Tenggara Barat (NTB).

Deskripsi Rencana Proyek

Pembuat karya memproduksi Sandiwara Radio dengan mengangkat tema tentang cerita legenda cinta Datu Museng dan Maipa Deapati yang berasal dari daerah Sulawesi Selatan dengan durasi 30 sampai dengan 45 menit. Sandiwara Radio ini nantinya akan disiarkan di radio-radio daerah yang bersangkutan dengan latar cerita tersebut yaitu Sulawesi Selatan dan Nusa Tenggara Barat (NTB).

Dalam sandiwara radio ini, pembuat karya menggunakan konsep pementasan dan edukasi yang berupa dialog antara satu tokoh dengan tokoh lainnya. Pembuat karya ingin membawa para pendengar sandiwara radio tersebut ke suasana desa jaman dahulu, dengan nuansa tempat legenda tersebut dan dikemas menggunakan bahasa Indonesia. Cara nya adalah dengan menggunakan backsound atau musik atau lagu dari Sulawesi Selatan maupun Nusa Tenggara Barat (NTB), sehingga tidak menghilangkan unsur kebudayaan yang ada.

Analisis Situasi

Dalam pembuatan sandiwara radio “Cinta Datu Museng dan Maipa Deapati”, pembuat karya melakukan analisis dengan menggunakan SWOT.

Strengths (kekuatan):

1. Berdasarkan hasil pra-riset, legenda yang dipilih oleh pembuat karya belum diketahui oleh banyak orang,

2. *Audience* bisa mendengarkan cerita legenda yang dikemas lebih ringan,
3. Pembuatan Sandiwara Radio dibuat dengan modern tanpa meninggalkan unsur kebudayaan.

Weaknesses (kelemahan):

1. Legenda dianggap sebagai kisah yang tidak realistis dan sulit dimengerti karena alur cerita yang cukup berat,
2. Kurangnya minat masyarakat Indonesia dalam mendengarkan radio (Fadilah, 2017),
3. Pendengar radio terbatas karena berada di daerah yang pendengarnya tergantung pada segmentasi radio lokal tersebut.

Opportunities (peluang):

1. Radio-radio di Sulawesi Selatan dan NTB masih kental terhadap budaya dan bisa diajak bekerjasama memutarkan karya ini di daerah tersebut,
2. Masih banyak pemuka adat Sulawesi Selatan dan NTB yang mengetahui cerita Legenda ini yang dapat dijadikan sebagai informan dalam pembuatan naskah,
3. Sutradara dan salah satu pemain film Everlasting Love Story Maipa Deapati dan Datu Museng tahun 2018 bersedia untuk menceritakan sehingga kami mendapatkan pemahaman dan pengetahuan yang murni.

Threats (ancaman):

1. Berdasarkan pra-riset audience adanya sandiwara radio dengan tema percintaan, horor dan lainnya yang lebih menarik daripada tema legenda,
2. Berdasarkan observasi pembuat karya, Cerita Legenda ini juga diputar dalam bentuk podcast di spotify,
3. Sesuai dengan target, millenials saat ini lebih tertarik untuk mendengarkan podcast. Hal ini dilansir dari Tim Publikasi Katadata (Tim Publikasi Katadata, 2020) bahwa berdasarkan hasil wawancara pada 4 Februari 2020 terhadap 15 orang yang berusia 20-40 tahun sebanyak 93,3% narasumber merupakan pendengar podcast,
4. Keterbatasan radio sebagai media auditive mendapatkan ancaman dari media audio visual seperti Televisi, Youtube, dsb.

Objektif

Indonesia memiliki banyak peninggalan-peninggalan bersejarah dari nenek moyang, salah satunya yaitu kebudayaan. Namun, masyarakat saat ini mulai melupakan kebudayaan yang ada ditanah air, bahkan ada yang tidak mengenal dengan kebudayaannya sendiri. Maka dari itu, pembuatan sandiwara radio legenda masyarakat "Cinta Datu Museng dan Maipa Deapati" bertujuan untuk menahan arus imperialisme yang ada di Indonesia dengan cara memperkenalkan kembali kebudayaan-kebudayaan yang mulai ditinggalkan.

Segmentasi, Penargetan, Pemosisian

Segmentasi

Segmentasi pendengar sandiwara radio "Cinta Datu Museng dan Maipa Deapati" yaitu berdasarkan demografi :

Usia : 20-40 tahun
Jenis kelamin : Pria dan Wanita
Tingkat ekonomi : Menengah keatas
Tingkat pendidikan : Perguruan tinggi

Penargetan

Target pendengar untuk karya yang dibuat, disesuaikan dengan target pendengar dari radio lokal yang akan menyiarkan sandiwara radio "Cinta Datu Museng dan Maipa Deapati" yaitu C-Radio 100.7 Cenrana FM yang berlokasi di Maros, Sulawesi Selatan dan 97.3 Bima FM yang berlokasi di Kota Bima, Nusa Tenggara Barat. Target pendengar dari kedua radio tersebut yaitu:

a. C-Radio
   Usia : 15-50 tahun
   Jenis kelamin : Pria 30% dan Wanita 70%
   Tingkat ekonomi : Menengah keatas

Jangkauan : Maros, Makassar, Pangkep dan Gowa

b. Bima FM

Usia : 20-35 tahun
Jenis kelamin : Pria 45% dan Wanita 55%
Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa
Tingkat Pendidikan : SLTA & Perguruan Tinggi
Jangkauan : Kota Bima, Kabupaten Bima dan Kabupaten Dompu.

Berdasarkan target pendengar radio lokal yang akan menyiarkan sandiwara radio, keduanya tidak memiliki perbedaan yang besar. Maka pembuat karya menyimpulkan bahwa target pendengar untuk sandiwara radio "Cinta Datu Museng dan Maipa Deapati" yaitu,

Berdasarkan demografi :
Usia : 20-40 tahun (Millenials)
Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
Pekerjaan : Pelajar, Mahasiswa, IRT, Pegawai
Pendidikan : SLTA & Perguruan Tinggi

Berdasarkan geografi :
Sulawesi Selatan : Maros, Pangkep, Makassar dan Gowa
Nusa Tenggara Barat : Kota Bima, Kabupaten Bima dan Kabupaten Dompu.

Pemosisian

"Lestarikan kekayaan budaya Indonesia melalui legenda masyarakat" merupakan kalimat yang akan diposisikan dalam pikiran pendengar. Dengan kalimat tersebut pembuat karya berharap, pendengar sandiwara radio "Cinta Datu Museng dan Maipa Deapati" untuk mengingat kekayaan budaya Indonesia dan ikut melestarikannya.

Strategi, Taktik, Program

Strategi yang digunakan dalam membuat hingga menyiarkan sandiwara radio yaitu, langkah pertama pembuat karya mencari beberapa radio yang berada di daerah Sulawesi Selatan dan Nusa Tenggara Barat untuk bekerja sama dalam menyiarkan sandiwara radio yang telah diproduksi oleh pembuat karya. Dengan total target 5 stasiun radio dari daerah Sulawesi Selatan dan Nusa Tenggara Barat. Setelah menemukan 5 radio yang akan bekerja sama, pembuat karya akan mengirimkan kuesioner online kepada masyarakat setempat untuk mencari tau ketertarikan mereka terhadap cerita legenda dan sandiwara radio.

Dalam penulisan script, pembuat karya melakukan wawancara dengan narasumber yang memiliki pengetahuan lebih terhadap cerita legenda yang diangkat. Selain itu, pembuat karya melakukan casting dubber agar menemukan pengisi suara yang sesuai dengan karakter yang diperlukan. Untuk membuat sandiwara radio yang menarik, pembuat karya melakukan arahan kepada editor agar penempatan backsound dan musik sesuai dengan script. Pembuat karya juga akan melakukan promosi sandiwara radio dengan membuat poster yang akan diunggah pada media sosial radio yang menyiarkan.

Spesifikasi Teknis

Untuk mendapatkan hasil rekaman yang makimal, diperlukan peralatan yang berkualitas. Maka dari itu, untuk proses rekaman akan dilakukan di studio yang memiliki peralatan hardware maupun softaware yang memadai. Pembuat karya memiliki dua pilihan untuk studio rekaman, yaitu di kampus LSPR Bekasi dan menyewa studio rekaman. Kemudian alat-alat hardware yang diperlukan untuk rekaman yaitu microphone, stand mic, dan headphone masing-masing tiga buah, kemudian mixer dan komputer yang memiliiki software aplikasi adobe audition yang digunakan untuk mengkontrol VO saat proses rekaman dan mengedit hasil rekaman.

SIMPULAN

Sandiwara Radio Legenda "Cinta Datu Museng dan Maipa Deapati" merupakan sebuah

sandiwara radio yang diangkat dari daerah Sulawesi Selatan. Indonesia terdiri dari berbagai macam suku dan bangsa, hal tersebut membuat Indonesia sangat kaya akan kebudayaan. Ribuan kebudayaan dan kesenian dari setiap daerah memiliki makna dan nilai luhur yang berbeda-beda, salah satunya adalah cerita rakyat. Meskipun hanya disampaikan dengan tutur lisan, cerita rakyat tumbuh ditengah-tengah masyarakat, menjadi teladan bagi masyarakat setempat, dan sebagai identitas suatu wilayah.

Globalisasi memicu lahirnya imperialisme budaya, dimana budaya nasional pada satu negara maju diterima secara global oleh negara-negara lain dan dijadikan sebagai budaya global. Hal ini juga didukung oleh perkembangan teknologi pada era modern yang memicu derasnya arus globalisasi.

Proses persiapan sandiwara radio "Cinta Datu Museng dan Maipa Deapati" dibuat sebagai salah satu bentuk dukungan dan edukasi kepada millennials untuk melestarikan legenda Nusantara melalui media massa sebagai upaya untuk menahan arus deras imperialisme budaya yang masuk ke Indonesia. Melihat pentingnya cerita Legenda diketahui oleh masyarakat luas, maka dibutuhkan sandiwara radio yang memuat cerita legenda yang tidak menggunakan bahasa daerah melainkan disajikan dalam bahasa Indonesia agar pendengar pun dapat lebih mudah memahami cerita dan pesan moral yang disampaikan.

Cerita legenda tersebut tentunya akan melewati proses reset terlebih dahulu, karena seperti yang diketahui cerita legenda merupakan sastra lisan yang diceritakan dari mulut ke mulut dimana setiap orang dapat mengubah, menambahkan, maupun mengurangi cerita aslinya baik secara sadar maupun tanpa sadar.

Sebagai salah satu bentuk dukungan dan edukasi terhadap pelestarian cerita legenda akan lebih baik jika cerita legenda dapat diketahui oleh masyarakat secara luas. Untuk itu dibutuhkan gerakan nasional seperti campaign cerita legenda melalui radio-radio di berbagai daerah. Selain itu, dukungan dari pemerintah daerah, seniman setempat, dan juga pariwisata daerah sangat diperlukan untuk membantu dalam perkembangan sandiwara radio cerita legenda.

DAFTAR PUSTAKA

Ali, H., & Purwandi, L. (2017). Millennial Nusantara. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Amalia, R. (2018, November 26). Kompasiana.com. Retrieved from Communication and Globalization: https://www.kompasiana.com/riskaa/5bfc07c8677ffb20875eadd8/communication-and-globalization

Ardian, H. Y. (2017, Juni). Komunikasi Dalam Perspektif Imperialisme Kebudayaan. Jurnal Perspektif Komunikasi UMJ, 8.

Astuti, S. I. (2013). Jurnalisme Radio, Teori, dan Praktik. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Baran, S. J. (2012). Pengantar Komunikasi Massa Melek Media & Budaya. Jakarta: Erlangga.

Danandjaja, J. (1986). Folklore Indonesia Ilmu Gosip, Dongeng, dan Lain-lain. Jakarta: Pustaka Grafitipers.

Effendy, O. U. (2018). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Fadilah, F. (2017, Juli 19). Rendahnya Minat Masyarakat Untuk Mendengarkan Radio. Retrieved from Kompasiana.com: https://www.google.co.id/amp/s/www.kompasiana.com/amp/fanifadillah/rendahnya-minat-masyarakat-untuk-mendengarkan-radio_596e97b2ed967e3be9584332

Fitriyani, I. (2022, April 3). Dongeng yang Mulai Memudar di Kalangan Anak Milenial. Retrieved from kumparan.com: https://kumparan.com/fitricloudssparkyu/dongeng-yang-mulai-memudar-di-kalangan-anak-milenial-1xnvzd6jNLm/1

Hamila. (2015, Desember). Masalah-Masalah Sosial Dalam Novel Bumi Manusia Karya Pramoedya Ananta Toer. Jurnal Humanika, 3, 3.

Jin, D. Y. (2015). Digital Platforms, Imperialism and Political Culture. New York: Routledge.

Kominfo. (2016, Desember 27). kominfo.go.id. Retrieved from Mengenal Generasi Millennial: https://www.kominfo.go.id/content/detail/8566/mengenal-generasi-millennial/0/sorotan_media

Larasati, D. (2018, Juni). Globalisasi Budaya dan Identitas : Pengaruh dan Eksistensi Hallyu (Korean Wave) versus Westernisasi di Indonesia. Jurnal Hubungan Internasional, 117.

Malingi, A. (2015, Oktober 29). kompasiana.com. Retrieved from Sastra Lisan Bernilai, Maka Perlulah

Digali: https://www.kompasiana.com/komentar/usmandg/563236c4507a6182048b4567/sastra-lisan-bernilai-maka-perlulah-digali
Mulyana, D. (2016). Ilmu Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
Novianti, E. (2019). Teori Komunikasi Umum dan Alokasinya. Yogyakarta: ANDI.
Nurudin. (2017). Pengantar Komunikasi Massa . Jakarta: Rajawali Pers.
Romli, A. S. (2017). Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio. Bandung: Nuansa.
Ruben, B. D., & Stewart, L. P. (2017). Komunikasi Dan Perilaku Manusia. Jakarta: Rajawali Pers.
Setiyaji, A., Patria, B., & Partho, G. (2015). Radio The Untold Stories. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
Susanti, M. (2015, April). Pendidikan dan Hiburan dalam Drama Radio Pendidikan. Jurnal Pekommas, 18.
Tim Publikasi Katadata. (2020, Februari 10). Katadata.co.id. Retrieved from Podcast Kian Populer di Kalangan Anak Muda: https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/infografik/5e9a495d15355/podcast-kian-populer-di-kalangan-anak-muda
Triartanto, A. I. (2017). Broadcasting Siaran Radio : Teori dan Praktek. Yogyakarta: Graha Cendikia.
Wibowo, F. (2012). Teknik Produksi Program Radio Siaran, Mengenal Medium dan Program Radio Siaran. Yogyakarta: Grasia Book Publisher dan Rona Pancaran Ilmu.