

Rahmah Hashim

Permasalahan Dalam Pengendalian Rancangan Secara Langsung

Pengenalan

Di tengah-tengah masyarakat yang sedang berhadapan dengan perkembangan sistem telekomunikasi yang serba cepat, tepat, dan pesat; di zaman masyarakat dunia sedang menangani fenomena ledakan maklumat yang serba mencabar; di bawah langit yang terbuka luas yang menghujankan pelbagai "maklumat" yang berunsur negatif dan positif; di tengah-tengah kebejatan sosial yang serius; masyarakat yang mengejar kemajuan, kemodenan dan keduniaan; bagaimanakah pendekatan paling cemerlang untuk seseorang itu berdakwah² dan mengembalikan ummahnya ke pengkalan menerusi radio?

Kertas kerja ini bertujuan membincangkan proses komunikasi melalui radio, serta jenis permasalahan yang lazim dihadapi guru-kaunselor-pembimbing-pendakwah sewaktu mengendalikan soal-jawab agama secara terus menerus di radio.

Ciri-Ciri Radio

"Radio is people" kata Gough (1982: 175). Sebagai saluran komunikasi, radio mempunyai kekuatannya tersendiri. Ia sebuah *medium* yang boleh meransangkan imaginasi; berupaya menjangkau khalayak yang ramai pada masa yang sama; tidak diragui sebagai saluran maklumat semasa dan terkini; tidak memerlukan khalayaknya mengenal huruf; mampu memampatkan ruang dan waktu; murah dan mudah alih; dan sambil-sambil mendengar radio seseorang itu boleh menjalankan pelbagai kegiatan lain. Namun demikian, radio juga ada beberapa kelemahan.

Pada dasarnya, radio adalah untuk didengar sedangkan ada perkara yang memerlukan sokongan visualisasi dan demonstrasi. Mesej atau utusan menerusi radio mesti difahami dengan jelas pada waktu siarannya, tetapi mungkin ada perkataan yang tidak jelas didengar, terlalu cepat diperkatakan, tidak difahami, dan disalah-dengar — kecuali siarannya dirakam dan diulang-siar. Tambahan pula, siaran radio sentiasa diburu masa.

Kini, masyarakat zaman infomedia terdedah kepada sumber maklumat yang amat banyak, dengan kadar yang lebih segera dan padat. Akibatnya, konsumer maklumat kerap tidak sabar. Segala-galanya mahu diperolehi dengan segera, spontan, dan memuaskan hati. Oleh kerana itu, konsep penyiaran radio dan teknik persembahan radio terpaksa menghadapi proses transformasi akibat persaingan sengit daripada media televisyen, video, filem, karaoke, dan lain-lain. Dengan kemudahan telekomunikasi masa kini, radio juga boleh bersifat interaktif jika dihubungkan dengan telefon.

Rancangan Soal-jawab Agama

Analisis rancangan soal jawab agama (*Hidayah Suci/ Bimbingan Agama/ Ad-Din*) yang ke udara menerusi Radio Nasional (1) dan Radio 3, Shah Alam, antara 12 - 20 Oktober 1996, membincangkan pelbagai perkara. Antara tajuk utama yang kerap dibincangkan ialah masalah keluarga — termasuk perceraian, poligami dan perlakuan maksiat, penjagaan anak dan anak angkat, tanggungjawab isteri dan suami — sikap kedekut, membazir, riak dan takabbur, murtad, khurafat, hutang, sewa beli, pembahagian harta pusaka dan persoalan sembahyang. Ada soalan yang *terlalu umum* ("Bagaimanakah yang dikatakan kebahagiaan sebenar?") Ada yang *terlalu personal* ("Isteri saya enggan bersama dengan saya dan enggan menyediakan minuman bila saya balik kerja"). Ada yang mencerminkan masalah yang amat *serius* bagi orang Islam ("Suami saya tidak mahu mengerjakan sembahyang—saya dah pun berkahwin selama 15 tahun. Bila saya ingatkan dia supaya sembahyang, dia suruh saya cari orang lain!")

Kajian ini menunjukkan bahawa dalam jangka masa 30 minit, bilangan pendengar yang menelefon pembimbing di radio ialah antara 6 - 8 orang bergantung kepada bilangan soalan dan jenis soalan yang dikemukakan. Terdapat dua

orang—seorang lelaki tua yang mengaku dirinya “Pakcik ...”, dan seorang perempuan—yang kerap menelefon iaitu masing-masing enam dan lapan kali dalam jangka masa kajian. Pemanggil perempuan berkenaan menggunakan dua nama yang berlainan dan memberikan dua lokasi yang berbeza tetapi suaranya nyata sama. Pada keseluruhannya, terdapat 22 orang pemanggil lelaki dan 13 pemanggil perempuan dalam jangka masa kajian.

Pada umumnya, rancangan-rancangan yang dianalisis itu banyak memberikan manfaat kepada pengkaji sendiri. Banyak panduan dan ilmu pengetahuan yang diperolehi. Dari segi jawapan, nyatalah pembimbing pakar dalam bidang masing-masing. Dalam suatu kes, pendengar bertanyakan tentang fakta sejarah berhubung Ya’juj dan Ma’juj. Oleh kerana pembimbing tidak pasti tarikh sejarah yang dikehendaki, maka beliau berterus terang menyatakan tidak dapat memberikan jawapan dalam keadaan sedemikian — suatu tindakan yang terbaik kerana bersikap jujur.

Umumnya, pembimbing menjawab soalan dengan merujuk kepada nama pendengar. Ini suatu pendekatan yang baik supaya pendengar tahu pembimbing sedang bercakap dengan beliau seorang. Inilah konsep asas radio! Pendengar radio mahu dirinya dihargai, soalnya dilayani, keperluannya dipenuhi dan kekusutan fikirannya dibincang, serta (pada kebanyakan masa) dilerai. Penggunaan bahasa juga bahasa yang mudah difahami oleh pelbagai golongan.

Nada suara pembimbing juga boleh mencerminkan sama ada pembimbing berempati dengan penyual ataupun sebenarnya mahu berada di tempat yang lain! Lazimnya pembimbing yang dirakam membayangkan pembimbing yang prihatin dan berempati.

Kelemahan utama yang dikenal pasti ialah gaya bercakap melalui radio. Ada pembimbing yang mengambil masa agak lama untuk menghabiskan ayat. Gayanya agak *meleret*. Ada juga yang kedengaran seperti tidak bermaya. Mungkin juga kerana keletihan sebab siaran bimbingan agama selalunya pada lewat petang. Walau bagaimanapun, pendengar mengharapkan pembimbingnya itu peka, berpengetahuan dan bersedia dihujani dengan berbagai bentuk soalan dan permasalahan.

Ada juga soalan yang sepatutnya ditanya lagi secara lebih terperinci. Contohnya: “Apakah hukum isteri keluar

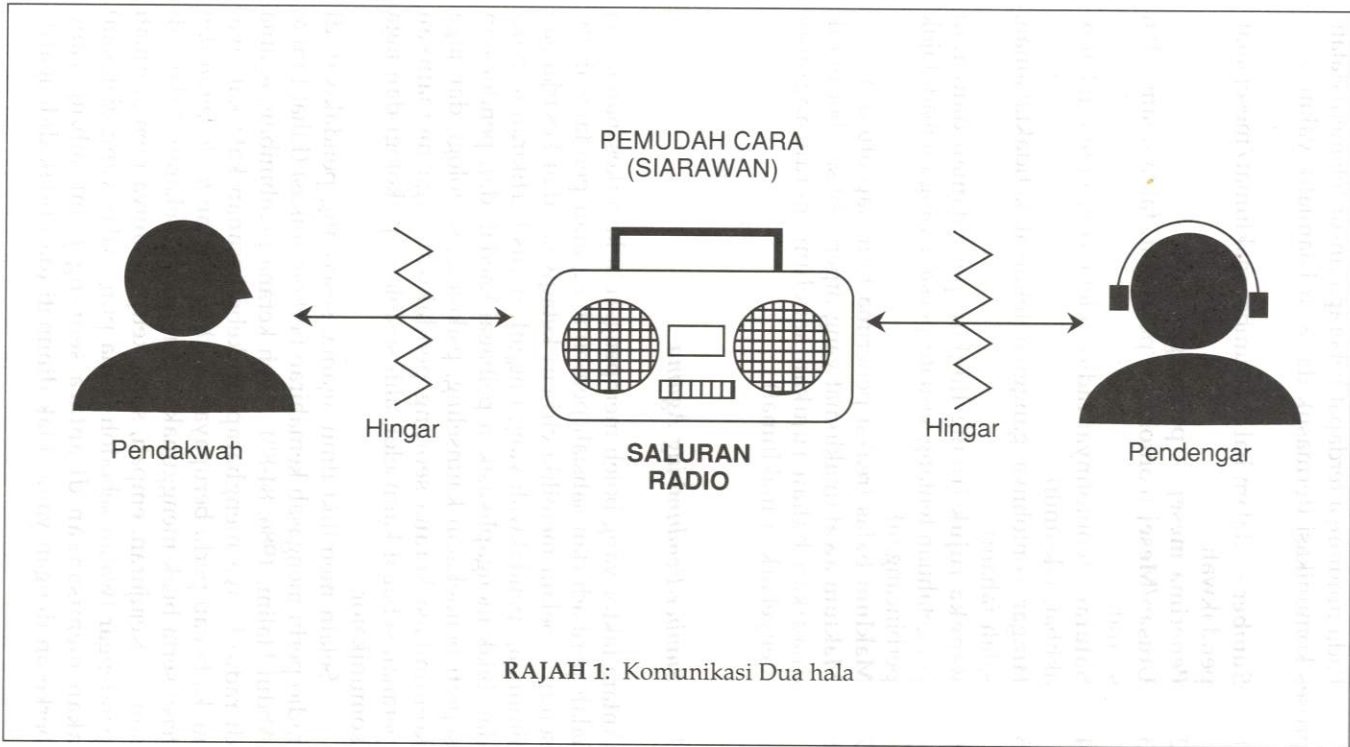
rumah tanpa izin suami?" Jawabannya ialah: "Nusyuz!" Sebaik-baiknya, pembimbing perlu menghuraikan keadaan bagaimanakah yang dianggap boleh membawa kepada nusyuz. Dalam kes penderaan umpamanya, ada isteri yang terpaksa menyelamatkan dirinya atau mendapatkan bantuan daripada keluarga atau sahabat dan jiran untuk menenteramkan jiwa tetapi dianggap keluar "tanpa izin suami". Persoalan yang sama juga boleh ditanyakan oleh isteri: Apakah hukumnya jika suami sering keluar rumah hingga lewat malam (ataupun tidak pulang ke rumah) tanpa memberitahu isteri dan untuk berfoya-foya? Untuk soalan seperti ini, jawabannya ialah "bersabarlah dan berdoalah supaya suami akan menerima hidayat!"

Oleh kerana masa amat terbatas dan pembimbing perlu menjawab secara spontan maka tidak mustahillah jika berlaku perbezaan pandangan. Namun demikian, rancangan soal jawab agama di radio perlu diteruskan juga kerana rancangan seumpama ini kelihatan sudah menjadi popular di kalangan sesetengah pendengar. Hanya golongan remaja yang suaranya tidak kedengaran pada waktu petang tersebut.

Dalam rakaman selama seminggu itu, ada juga beberapa panggilan telefon yang terputus ataupun suara pemanggil tidak begitu jelas kedengaran. Ada juga yang menggunakan telefon berhampiran dengan radio yang dipasangkan. Maka berlakulah hingar. Tetapi gangguan atau kerosakan teknikal bukanlah tanggung jawab pembimbing.

Unsur-Unsur dalam Proses Komunikasi

Oleh kerana seseorang pendakwah atau pembimbing agama di radio terlibat dalam proses komunikasi, maka unsur-unsur komunikasi perlu diketahui dan diambil kira sewaktu merancang *modus operandi*-nya. Lebih-lebih lagi jika siaran tersebut dibuat secara langsung, secara terus menerus — "live"! Siaran secara terus menerus tidak boleh disunting sekiranya berlaku kesilapan. Apa juga yang dituturkan akan didengar oleh ribuan atau jutaan pendengar pada masa yang sama di merata tempat. Rajah 1 menggambarkan proses komunikasi dua hala di antara pendakwah (dan siarawan yang menjadi pemudahcara) serta pendengar yang aktif menelefon sewaktu rancangan ke udara.



RAJAH 1: Komunikasi Dua hala

Pada umumnya terdapat beberapa unsur (elemen) dalam proses komunikasi (termasuk dakwah Islamiah), yakni:

1. **Sumber** — dalam hal ini, sumber maklumat/mesej ialah pendakwah
2. **Penerima mesej** — pendengar radio
3. **Utusan/Mesej** (contohnya: pendapat, fakta agama dan sejarah)
4. **Saluran** (contohnya: radio, televisyen, video, telefon, akhbar, faksimili)
5. **Hingar** (contohnya: gangguan teknikal, ketidakfahaman, salah faham)
6. **Rangka rujuk** (ruang lingkup pengalaman dan/atau pengetahuan tentang sesuatu perkara yang menjadi tajuk perbincangan)
7. **Maklum balas** (reaksi penerima terhadap utusan)
8. **Maklum awal** (maklumat yang diperolehi sumber untuk dijadikan bahan rujukan sebelum merancang atau menyebarkan maklumat)

1. *Sumber/Pembimbing Agama*

Antara faktor yang boleh mempengaruhi keberkesanan mesej ialah peribadi dan sahsiah pembimbing atau pendakwah itu sendiri. Selain memiliki ciri-ciri ketaqwaan dan keserjanaan ilmunya, pendakwah yang unggul harus berfikiran terbuka dan bijak mengaplikasikan pelbagai kaedah dan pendekatan seperti pendekatan kaunseling, psikologi, sosiologi, dan juga komunikasi kerana seorang pendakwah juga memainkan peranan sebagai kaunselor, ahli sosiologi, psikologi dan juga komunikator.

Selain memiliki ilmu agama, seseorang pendakwah di radio perlu mengasah kemahiran berkomunikasi (Lihat Lim & Abdul Halim, 1986: 84-88). Oleh kerana pembimbing agama di radio hanya mengharapkan keberkesanan kata-katanya, maka beliau perlu berupaya bercakap dengan *fasih, lancar dan tepat* serta bijak menggunakan perspektif “sekarang” dan “di sini”. Kejujuran, empati, serta keupayaannya menghormati pendengar (walau sebodoh mana pun soalan yang diajukan) akan memisahkan di antara seorang pembimbing yang berkesan dengan yang tidak diminati (dan tidak didengari).

Roger Ailes, seorang perunding imej yang terkenal di kalangan tokoh-tokoh utama di Amerika Syarikat (termasuk Presiden Reagan), dalam bukunya *You are the message: secrets of the master communicators* (1988), menyenaraikan 10 masalah paling utama di dalam komunikasi (hal. 9):

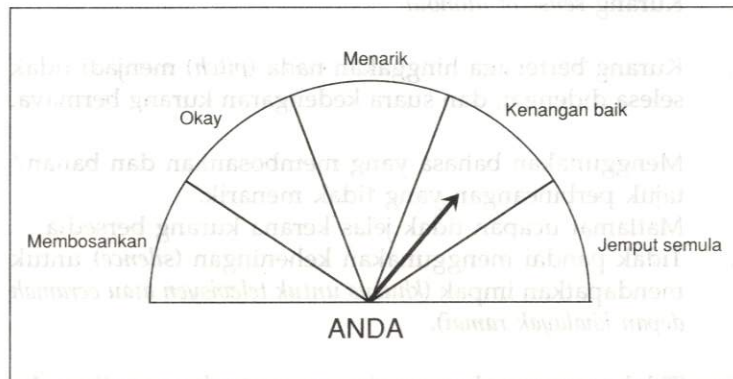
1. Kurang mesra (*rapport*) dengan pendengar
2. Anggota badan terlalu kaku (lidah menjadi kelu?)
3. Lupa melibatkan khalayak sewaktu memberikan pandangan
4. Penceramah kelihatan (dan akan kedengaran) tidak selesa
5. Kurang *sense of humour*
6. Kurang bertenaga hinggalah nada (*pitch*) menjadi tidak selesa didengar, dan suara kedengaran kurang bermaya.
7. Menggunakan bahasa yang membosankan dan bahan/ tajuk perbincangan yang tidak menarik.
8. Matlamat ucapan tidak jelas kerana kurang bersedia
9. Tidak pandai menggunakan keheningan (*silence*) untuk mendapatkan impak (*khusus untuk televisyen atau ceramah depan khalayak ramai*).
10. Tidak menggunakan pandangan mata dan mimik muka dengan baik (*khusus untuk televisyen dan komunikasi bersemuka*).

Kecuali perkara 9-10, faktor-faktor yang dikemukakan oleh Ailes itu boleh dijadikan panduan ketika menangani karenah pelbagai jenis pendengar di radio. Pada dasarnya, seorang komunikator yang baik harus bersedia, bijak membuat orang lain merasa selesa, berkomitmen tinggi, dan sentiasa menarik peribadinya. Untuk mendapatkan penglibatan aktif daripada pendengar, maka siarawan (dan tetamunya) perlu menghasilkan rancangan yang menarik minat pendengar, ada unsur kepelbagaian atau kelainan, dan ada unsur keseronokan dalam rancangan.

Komunikasi menerusi radio menjelang akhir abad ke 20 ini tidak lagi boleh disamakan dengan radio pada dekad-dekad sebelum ini. Pada suatu ketika dahulu radio hanya bersifat sehalal dan "banyak bercakap" tetapi pengguna dan

pengamal radio masa kini boleh berhubung dan dihubungi secara langsung atau "live" dengan bantuan telefon. Pemancaran secara terus menerus tanpa proses penyuntingan pasti mencabar kewibawaan siarawan dan tetamu jemputannya, serta stesen radio yang menyiarkan rancangan tersebut. Sekiranya berkesan, lebih ramai pendengar akan terpanggil untuk mengikuti siaran tersebut. Jika tidak, maka telefon akan berhenti berbunyi dan siarawan serta tetamunya akan menghabiskan masa siaran dengan berdialog antara mereka sahaja (Lihat Rajah 2).

RAJAH 2
Prestasi
Personaliti
Radio



Sumber: R. Ailes, You are the Message, Dow Jones-Irwin, Illinois, 1988, hal. 27

Penutup

Pepatah Melayu ada menyebut: Banyak udang banyak garam, banyak orang banyak ragam. Dalam rancangan radio yang khusus seperti Bimbingan Agama, tidak sebegitu mudah untuk mengenal pasti jenis khalayak yang mengikuti sesebuah rancangan Bimbingan Agama kerana keperluan serta jurang pengetahuan mereka berbeza-beza.

Ada pendengar yang sudah mempunyai pengetahuan yang banyak sedangkan ada yang baru sahaja ingin mengetahui alif-ba-ta tentang agamanya. Ada yang kedengaran seperti orang muda tetapi hakikatnya orang dewasa. Ada yang benar-benar sedang menghadapi tekanan perasaan dan memerlukan bimbingan, tetapi ada juga yang

tidak serius dan hanya seronok mendengar suaranya di radio. Ada yang memanggil dari lokasi yang di luar jangkauan stesen berkenaan—mungkin kawasan bandar ataupun kawasan desa.

Lebih mudah untuk mengenali penonton yang boleh dilihat berbanding dengan khalayak yang hanya boleh didengar. Namun demikian, pendakwah atau pembimbing yang baik perlu mengenali dan memahami minda khalayaknya dalam apa juga situasi. Pengetahuan tersebut akan membolehkannya bersedia dengan teknik penyampaian maklumat yang sesuai dengan umur dan tahap ilmu pengetahuan pendengarnya.

Mengenali Khalayak SEBELUM Siaran

Khalayak sasaran perlu diketahui untuk membolehkan seseorang pembimbing itu:

- a. menyediakan bahan yang relevan dan berguna untuk menarik lebih ramai pendengar.
- b. dapat menyesuaikan bahan pada tahap yang betul
- c. menambahcerahkan harapan untuk didengar dan meningkatkan keberkesanan rancangan
- d. membantu menyediakan objektif yang realistik untuk rancangan
- e. membantu strategi pemilihan kandungan, stail, tempo, dan format rancangan

Mengenali Khalayak SESUDAH Siaran

- a. untuk mengetahui berapa ramai yang mendengar
- b. untuk mengenalpasti komposisi khalayak sebenar (umur, jantina, status pendidikan, lokasi dll.)
- c. untuk menilai keberkesanan rancangan
- d. untuk membentuk garis panduan yang boleh digunakan oleh pembimbing dalam rancangan seterusnya
- e. untuk menguji cara terbaik mendekati rancangan dan memilih tajuk perbincangan
- f. untuk menguji kefahaman dan penerimaan khalayak
- g. untuk menilai mutu penerimaan siaran

- h. untuk mengukur tahap pengetahuan khalayak dan mengenal pasti perkara umum yang kerap ditanyakan

Penulis

Rahmah Hashim ialah Profesor Madya di Jabatan Komunikasi, Universiti Kebangsaan Malaysia, Bangi, Selangor Darul Ehsan Malaysia.

Nota

- 1 Kertas kerja dibentangkan untuk Kursus Pembimbing Agama Radio 3 Kawasan Timur di Kuala Terengganu, 17-19 November 1996.
- 2 Istilah "dakwah" ditakrifkan sebagai suatu proses pembangunan rohaniah yang digerakkan melalui maklumat yang bersesuaian untuk membina, memupuk, membaja, dan menyuburkan nilai-nilai kemurnian insan.

Rujukan

- Ailes, R. & Kraushar, J. (1988). *You are the message: secrets of the master communicators*. Homewood, Illinois: Dow-Jones-Irwing.
- Gough, H. (Ed.). (1982). *Planning, producing, presenting the radio programme*. Kuala Lumpur: Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development.
- Lim, L.T. & Abdul Halim Othman. (1986, Jun). Perhubungan kemahiran antara perseorangan dengan personaliti kaunselor. *Jurnal Psikologi Malaysia* (2), 2, 83-94.