

## Ekosistem Radio Siaran Swasta di Pekanbaru pada Era Penyiaran Digital

Harry Setiawan<sup>1\*</sup>, Benni Handayani<sup>2</sup>, Angelina Fransisca Sherlya<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Islam Riau

\*Email : harry.setiawan@comm.uir.ac.id

Diterima : 18 Desember 2022

Disetujui : 14 Februari 2023

Diterbitkan : 21 Februari 2023

### Abstrak

Penyiaran di Indonesia mengalami kemajuan yang signifikan ditandai dengan migrasi teknologi (*analog switch-off/ ASO*). Sayangnya, migrasi yang dicanangkan tidak berlaku pada teknologi penyiaran radio. Ekosistem radio siaran sebelum ASO sudah mengalami penurunan, ditambah dengan tidak dilibatkannya radio dalam keputusan besar dunia penyiaran. Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif dan pendekatan studi kasus pada radio siaran swasta di Pekanbaru. Dilakukan dengan metode penelitian campuran konvergen dan menggunakan teori ekologi media serta *actor-network theory*. Melibatkan 204 orang pendengar sebagai informan yang didekati dengan jalan survei. Penelitian ini melibatkan penanggung jawab media, dan pengawas media yang ditemukan dengan metode *purposive*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) media siaran (radio) diwakilkan melalui konektivitas sosial media adalah ekosistem baru yang ditemukan pada unsur *proximity* radio siaran; (2) relasi melalui teknologi penyiaran menjadi solusi dalam inovasi sebagai upaya konvergensi (*broadcast-broadband*) sebagai wadah penyiaran baru bagi radio siaran swasta, sehingga dalam upaya menjaga keberlangsungan ekosistem penyiaran (radio) diperlukan konektivitas teknologi dan regulasi dalam menyiapkan wadah baru bagi industri penyiaran khususnya radio siaran.

**Kata kunci:** Penyiaran digital, radio, *analog switch-off*

### Abstract

*Broadcasting in Indonesia experienced significant progress by technology migration (analog switch-off/ ASO). Unfortunately, the announced migration does not apply to radio broadcasting technology. The broadcast radio ecosystem before ASO experienced a decline, coupled with the exclusion of radio from major broadcasting decisions. This research used an interpretive paradigm and a case study approach on private broadcasting radio ecosystem in Pekanbaru. It was carried out using convergent mixed research methods and the theory of media ecology and actor-network theory and involved 204 listeners as informants who were approached by road surveys. Furthermore, this study involved the person in charge of the media and the media supervisor, who was found to be using a purposive method. The study's findings: (1) broadcast media (radio) represented through social media connectivity is a new ecosystem found in the element of broadcast radio proximity; (2) relationships through broadcasting technology are a solution in innovation as a convergence effort (broadcast-broadband) as a new broadcasting forum for private radio broadcasts, so to maintain the sustainability of the broadcasting (radio) ecosystem, technological and regulatory connectivity is needed in preparing a new forum for the broadcasting industry, especially radio broadcasting.*

**Keywords:** Digital broadcasting, radio, *analog switch-off*

## PENDAHULUAN

Penyiaran di Indonesia memasuki babak baru (migrasi dari analog menuju digital) melalui ratifikasi Undang-Undang Cipta Kerja No. 11 Tahun 2020 Pasal 60A. Indonesia bersiap masuk pada digitalisasi penyiaran melalui *analog switch-off* (ASO) pada tanggal 2 November 2022. Dalam kondisi ini, penyiaran Indonesia mantap menatap digitalisasi penyiaran. Digitalisasi penyiaran menysar digitalisasi penyiaran televisi dan “meninggalkan” penyiaran radio. Radio siaran sebagai bagian dari industri penyiaran dan merupakan salah satu kanal media massa elektronik dalam banyak kajian komunikasi massa (McQuail & Deuze, 2020; Paxson, 2010; Rosenberry & Vicker, 2021; Turow, 2008; Watkinson, 2001) belum menjadi prioritas dalam regulasi ini.

Radio siaran adalah media massa elektronik pertama. Ekosistem medianya bergantung pada distribusi konten audio menggunakan frekuensi publik. Sebagai media massa, radio siaran banyak menghadirkan kedekatan (*proximity*) dengan pendengarnya. Interaksi tersebut bisa menjadi daya tarik radio melalui program siaran interaktif via *telephone* yang mampu menghadirkan beragam konteks topik perbincangan (Chichon, 2020). Unsur *proximity* ini juga juga menjadi alat transmisi budaya yang dilakukan demi mempertahankan budaya tempatan melalui konten siaran radio (Juditha et al., 2016; Podkalicka, 2008).

Dalam konteks media massa, radio siaran memegang kendali penting bagi transmisi budaya. Meski terseok-seok dalam konteks bisnis, radio siaran swasta tetap memiliki peminat iklan dan tetap menunjukkan tren positif (PRSSNI, 2021; PRSSN, 2022). Survey Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) di tahun 2021 dan 2022 tersebut menghadirkan realitas bisnis sebagai bagian dari ekosistem media radio siaran pada perolehan iklan didominasi oleh produk kesehatan (obat-obatan). Lemahnya daya beli media pada produk non kesehatan membuat “kue” iklan menjadi kecil dan memberikan keadaan yang sulit bagi bisnis media penyiaran.

Hari ini, pendapatan utama radio bersumber dari “kue” iklan dan akhirnya membuat bisnis radio pada era digitalisasi penyiaran menjadi muram. Kondisi kapital yang dibutuhkan untuk terus bertahan dalam pusaran media digital, memaksa radio untuk bertransformasi dalam bentuk yang lain. Persona radio siaran sebagai media massa yang bersifat satu arah, terlembaga, dan *feedback* yang tertunda tidak pernah selaras dari awal. Dalam konteks media massa, radio siaran lebih bersifat personal dan mampu menghadirkan kedekatan serta interaksi. Pada era ini, radio dikenal dengan istilah “*masspersonal*.” Dimensi personalisasi menjadi model kolaborasi komunikasi massa dan komunikasi interpersonal melalui siaran radio (McQuail & Deuze, 2020). Berkirim salam, berbagi informasi seputar kota, atau bahkan meminta diputarkan lagu adalah bentuk personalisasi radio dalam interaksinya dengan pendengar.

Posisi radio siaran dalam ekosistem penyiaran di Indonesia menjadi lebih kompleks, imbas dari ASO pada November 2022. Tercatat, secara resmi pada 1 Desember 2022 salah satu raksasa perusahaan radio siaran swasta di Jakarta (traxfm) yang telah mengudara tanpa henti dalam kurun 25 tahun, terpaksa berhenti mengudara. Kondisi yang dialami perusahaan dan grup

radio swasta berjaringan tersebut adalah wujud ekosistem radio dan bergesernya ekologi radio siaran komersil di Indonesia. Fenomena bergugurnya perusahaan media (radio siaran) telah terjadi dalam kurun 10 tahun terakhir yang disinyalir akibat konvergensi media dan kondisi ekosistem bisnis media khususnya radio siaran tidak lagi menguntungkan.

Kondisi ekosistem radio siaran swasta di Jakarta diatas adalah cerminan kondisi radio siaran di Indonesia termasuk di Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Dalam konteks pertumbuhan perusahaan media, radio siaran di Pekanbaru mengalami penurunan signifikan. KPID Riau mencatat, setidaknya saat ini terdapat delapan radio siaran swasta yang mengantongi IPP (Izin Penyelenggaraan Penyiaran) dan mengudara di Pekanbaru namun dalam aspek bisnis media cukup mengkhawatirkan. Sebagai kawasan industri, pluralisme, dan berdampingan langsung dengan Malaysia, posisi radio di kota Pekanbaru harusnya mampu sebagai katalisator budaya, menjadi kunci kearifan lokal. Nyatanya, semua hal tersebut sirna diwujudkan diakibatkan ekosistem penyiaran di Indonesia (regulasi, teknologi, *audience*) tidak berpihak kepada keberlangsungannya (Setiawan, Karlinah, et al., 2021).

*Sphere of media* adalah koinformasi media sebagai lingkup yang dapat diakses melalui interaksi diantara media dan audien melalui ideologi dan konten media. Dalam konteks berikutnya, kebiasaan dan perilaku akses media pada ritme tertentu menjadi asumsi kedua yaitu *leisure time*. Selanjutnya, interaksi yang terjadi antara media dan audien tentunya melibatkan akses pada teknologi media, interaksi budaya, teknologi dalam totaliterisme ideologi media sebagai inovasi pada akses media (Gamaleri, 2019). Dalam konteks radio siaran, ideologinya bisa berupa praktik jurnalisme radio atau berupa pilihan *playlist* lagu siap tayang yang menjadi bentuk ideologi radio tersebut (Hargitai, 2021; Ruth et al., 2017). Artinya, secara keseluruhan ideologi radio menjadi identitas medianya yang menjadi penentu minat dan konteks *audiens* yang akan dilayani. McLuhan dalam perspektifnya memandang ekologi media adalah koneksi antara media, pesan, dan teknologi yang berkembang saat media tersebut dikonsumsi. Dalam asumsinya, ekologi media McLuhan mengiaskan manusia akan tergabung dalam desa global yang termediasi oleh media massa.

Konteks desa global McLuhan saat ini menempuh jalannya sendiri di mana campur kendali internet dalam masa konvergensi menjadikan media dan manusia termediasi dalam teknologi dan akses pada konten media itu sendiri. Sehingga term "*the medium is the message*" menjadi ideologi baru dalam ekologi media saat ini. Radio siaran berlomba hadir dalam relasi sosial dan teknologi penyiaran meninggalkan geliat digitalisasi penyiaran yang menentukan arah *technopolis* yang similar dengan kebangkrutan budaya, moral, dan tradisi yang ditinggalkan serta digantikan oleh hingar bingar kemajuan teknologi (Gamaleri, 2019).

Pada posisi ini, radio siaran menjadi barang usang dengan regulasi usang dan ketamakan media televisi dalam upaya monopoli (Armando, 2014). Sehingga dalam upaya bertahan hidup, radio harus mampu menciptakan realitas penyiarannya melalui konvergensi dan relasi teknologi penyiaran dan arus internet melalui wadah baru (Setiawan, Hero, et al., 2021). Selanjutnya untuk mendapatkan gambaran sikap dan posisi radio siaran di tengah pendengar, penelitian ini

menerapkan pandangan objektif melalui *actor-network theory* (ANT) (Blok et al., 2019). ANT dipahami sebagai pendekatan dari paradigma baru penelitian campuran (kuantitatif-kualitatif), dimana ANT mengenal interaksi antar manusia dan elemen non manusia yang terdiri dari tiga asumsi objektif; (1) bahwa asosiasi manusia dan non-manusia diberlakukan dalam praktik, (2) bahwa 'mengikuti aktor' membantu untuk lebih memahami sosial sebagai gerakan asosiasi ulang (*reassociate*) dan pemasangan ulang (*reassembling*), (3) bahwa non-manusia menengahi interaksi manusia dan non-manusia (Boullier, 2018). Dalam konteks media massa dalam hal ini radio siaran, ANT diterapkan pada tiga elemen radio, yaitu penyiar, konten, dan teknologi penyiaran (akses) (Michelsen & Krogh, 2017). Tujuan penelitian ini adalah menemukan ekosistem radio siaran swasta di Pekanbaru pada era penyiaran digital. Dalam upaya menemukan ekosistem radio siaran swasta di Pekanbaru, peneliti menggunakan teori ekologi media yang terbagi dalam tiga asumsi teoritis, yaitu *sphere of media*, *leisure time*, *technopolis* (Gamaleri, 2019; McLuhan & Lewis H. Lapham, 1994).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma intepretif dan dalam upaya menemukan *verstehen* penelitian ini menempuh pendekatan studi kasus intrinsik (tunggal). Melibatkan *multi resources* pada teknik pengambilan data dan subjek/ informan (Denzin & Lincoln, 2018; Yin, 2003). Informan yang terlibat dalam penelitian ini ditentukan secara *purposive*. Sampel *purposive* ditentukan dengan kriteria yang ditentukan yaitu; informan merupakan pengelola perusahaan radio yang bersiaran berada di Kota Pekanbaru, memiliki IPP Tetap (Izin Penyelenggaraan Penyiaran) yang masih berlaku, dan telah beroperasi terus menerus dalam kurun 20 tahun terakhir. Dalam upaya melindungi kepentingan bisnis media, informan yang terlibat pada penelitian ini serta bagian dari etika penelitian ilmiah, peneliti menuliskan inisial nama dan identitas perusahaan media yang terlibat dalam penelitian ini.

Tabel 1. Profil Informan dan Radio

No	Subjek /Informan	Perusahaan Radio	Tahun Berdiri	Status IPP
1	ND	AD	1987	Aktif
2	AI	EJ	1976	Aktif
3	NS	EJ	1976	Aktif
4	DN	BR	1978	Aktif

Sumber : KPID Riau, 2022

Penelitian ini menerapkan metode campuran paralel konvergen (Creswell, 2013). Metode campuran paralel konvergen ini dijalani dengan memadukan dua data dari metode kualitatif dan kuantitatif, menganalisisnya secara terpisah. Kemudian membandingkan hasilnya untuk melihat masing-masing temuan saling mengonfirmasi atau tidak. Kualitatif merujuk pada pandangan mendalam dari data dan skor pada instrument kuantitaif (Creswell, 2013). Sejatinya, metode ini

dihadirkan dalam deskriptif dan natural dari *setting* kasus yang diteliti – sebagai ciri dari penelitian studi kasus. Interpretasi yang hadir dalam hasil dan pembahasan pada penelitian ini tetap merujuk pada kasus yang diteliti, yaitu potret ekologi media (radio komersil) dalam digitalisasi penyiaran. Sementara metode kuantitatif dijalani dengan pendekatan survei terhadap 204 informan yang terlibat penelitian ini.

Teknik pengambilan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi non partisipan, dan survei (wawancara terstruktur) pada informan yang terbagi dalam tiga kelompok, yaitu kelompok pengelola media, pengawas media, dan survei pada pendengar/ *audience*. Mengingat sulit dan sangat tersebar nya populasi pendengar, penelitian ini menempuh jalan survei campuran (*online* dan *offline*) yang diterapkan oleh Lu Wu (2017). Pendengar didekati secara *online* berbasis angket digital dengan menggunakan skala semantik deferensial indeks untuk melihat polarisasi sikap dari jawaban informan.

Angket digital dibuat berbasis pandangan dan asumsi teoritis *actor-network theory* dan disebar melalui *group social media messaging* dan dijalani dalam kurun waktu empat minggu dan bagi informan yang mengirimkan respon dalam kurun waktu survei tersebut, artinya terlibat dalam penelitian ini dan bagi yang bersedia didekati secara *offline* maka dilakukan wawancara terstruktur (Wu, 2017). Sebagai jalan validitas, penelitian ini menggunakan triangulasi. Analisis data yang diterapkan adalah komponensial/ menemukan elemen kontras pada data yang dijadikan jalan menarik kesimpulan (Bungin, 2011).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Ekosistem Radio Siaran dalam Relasinya dengan Sosial Media

Relasi radio siaran dengan media digital menjadi ekologi media baru bagi ekosistem radio siaran. Penentuan akses pada konten radio melalui platform digital menjadi kunci keberhasilan koneksi di antaranya. Radio siaran harus menjadi wadah bagi akses dan interaksi pendengar dalam relasinya dengan media digital. Meskipun sempat mengalami *trend* bisnis media yang sangat baik di era analog, namun saat era digitalisasi penyiaran, belanja iklan untuk radio terus mengalami penurunan.

Dalam upaya menjaga “*asa*,” inovasi dengan melibatkan perusahaannya dalam aktivitas sosial media dan media online serta berinovasi dengan fokus pada pemberitaan seputar kota dan juga berita nasional dalam ranah *citizen journalism*. Interaksi siaran dalam ranah *citizen journalism* yang melibatkan relasi dengan sosial media menghadirkan realitas penyiaran baru. Melalui media *online* dengan menciptakan *website* radio dan melakukan *live streaming* sehingga daya jangkau radionya semakin meluas.

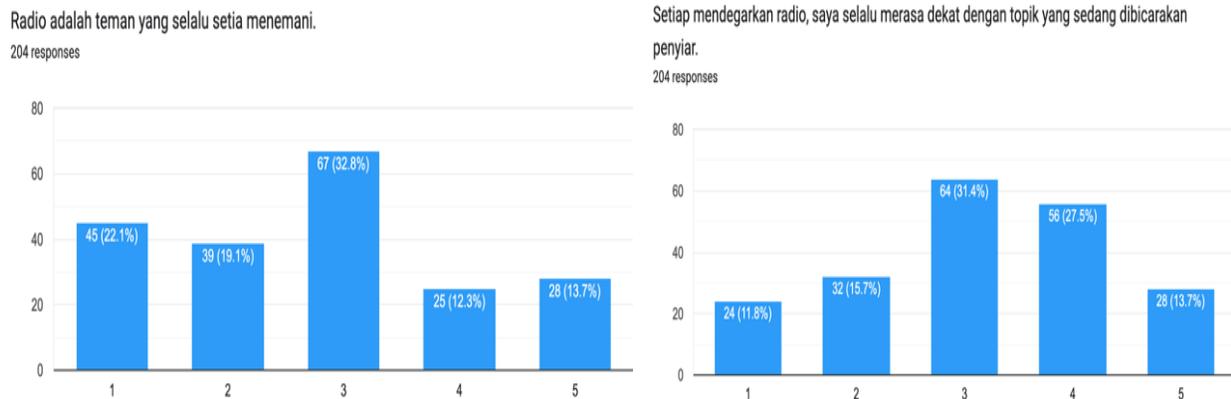
Interaksi kanal digital (internet) melalui sosial media ditempuh pengelola radio swasta jaringan nasional dengan segmen *tourism and business*. Pemanfaatan kanal media sosial dijadikan *revenue* bagi bisnis media yang dikelolanya.

“Sekarang ada lahan baru, sosmed ada duitnya sekarang. Walaupun persentasenya di Pekanbaru masih belum seberapa. Tapi radio di Jakarta, Surabaya, Bandung, dan kota

lainnya jualannya itu. Di kita sosmed jadi bonus bagi pengiklan” (wawancara dengan AI, Juli 2022).

Aktivitas periklanan yang dilakukan melalui *barter/ bundling* pada platform media sosial resmi masing-masing perusahaan (media dan pengiklan) adalah solusi dari *revenue* bagi bisnis media tersebut. Hal ini turut berimplikasi pada divisi baru yang muncul pada perusahaan media yang menjadi warga baru pada ekosistem penyiaran radio. Divisi marketing komunikasi/ pemasaran digital/ media sosial adalah divisi baru yang muncul dari relasi tersebut. Radio siaran berlomba-lomba menciptakan konten audio melalui penyiaran konvensional dan promosi dari konten tersebut muncul pada kanal digital (sosial media).

Relasi radio siaran swasta dengan sosial media menjadi term *sphere of media* McLuhan. Lingkup media dalam konteks relasi pada ekosistemnya menempatkan sosial media menjadi jalan konvergen di antara keduanya. Radio siaran adalah “alat” dalam lingkup media yang menempuh interaksi antara pendengar, radio siaran, dan konten siarannya. Melalui survei pada 204 informan yang bertindak sebagai pendengar/ pemirsa radio ditemukan 32,8% sikap informan berada pada posisi di tengah dalam menentukan lingkup media sebagai alat interaksi melalui konten siarannya, serta 31,4% informan menjurus kerelasi konten dengan kedekatan pendengarnya.



Gambar 1. Diagram Relasi Radio Siaran dan Konten Siaran  
Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

BR adalah salah satu radio siaran swasta yang memutuskan untuk merubah format radio siaran pada tahun 2018, menjadikan relasi antara konten siaran dengan pendengar mengalami perbaikan. Fokus pengembangan segmen *citizen journalism* dengan mengangkat topik dan isu pemberitaan bersumber dari interaksi *station* dengan *audience* melalui sosial media. *Sphere of media* pada teori ekologi media yang diterapkan oleh Radio BR menjadi lingkup yang menghadirkan interaksi pada konten media. Posisi radio siaran dianggap sebagai “alat” penyiaran menjadi positif pada sikap interaksi informan pada konten siarannya. Lingkup media yang menyediakan interkoneksi pada konteks *citizen journalism* menjadikan radio BR kembali mendapatkan interaksi dengan pendengar/ *audience*.

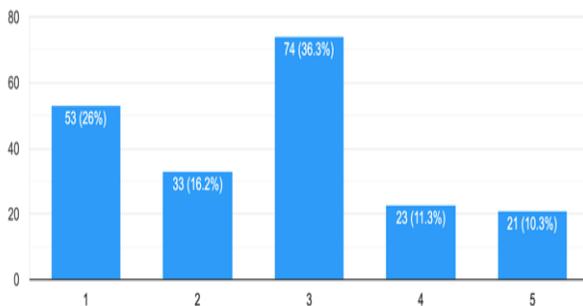
Selanjutnya, untuk tetap dipilih pendengar dalam interaksi melalui kontennya, kekuatan sumber daya manusia (SDM) dalam hal ini penyiar menjadi acuan. Penyiar diseleksi berbasis model bisnis radio dan ideologi media yang diterapkan. Konteks penyiar sebagai ujung tombak pada lingkup media (*sphere of media*) dan memosisikan radio sebagai acuan bagi media maupun pendengar untuk memulai interaksinya dengan radio siaran tersebut (Downey et al., 2014). Penyiar disesuaikan dengan ideologi media, sehingga dapat menghadirkan sensasi audio yang menarik melalui konten siarannya.

Dalam era digital saat ini, profesi penyiar radio dipandang sebagai pekerja lepas (*freelance*), sehingga angka minat pada profesi ini terus turun. Kondisi tersebut menyulitkan ekosistem radio untuk terus tumbuh dan mengembangkan mediana. Kualitas standar penyiar radio yang ditentukan oleh masing-masing media terus mengalami degradasi.

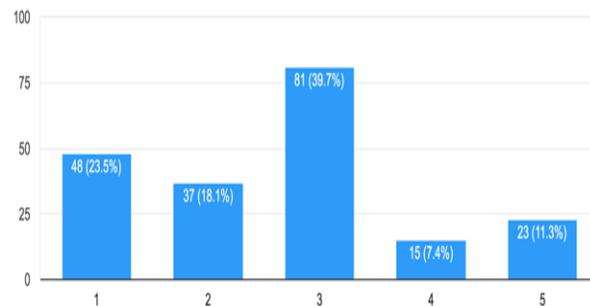
“Kayanya sekarang ga bisa, itu ga bisa dipungkiri, kualitas anak-anak sekarang itu gak sama, trus keinginan, kalau dulu mau terkenal jadi penyiar radio ah, masuk TV ah, gitu, Kalau sekarang, jalannya udah banyak, sosial media, podcast” (wawancara dengan ND, Juli 2022).

Informan ND telah berkarir pada industri radio siaran lebih dari 15 tahun. Profesi yang ditekuni oleh ND mengantarkannya pada puncak tertinggi karir pada media, yaitu *station manager*. Kondisi serupa pada data kuantitatif minat 204 informan pada profesi penyiar radio.

Saya sangat ingin menjadi penyiar radio agar terkenal  
204 responses



Penyiar radio adalah profesi yang saya impikan.  
204 responses



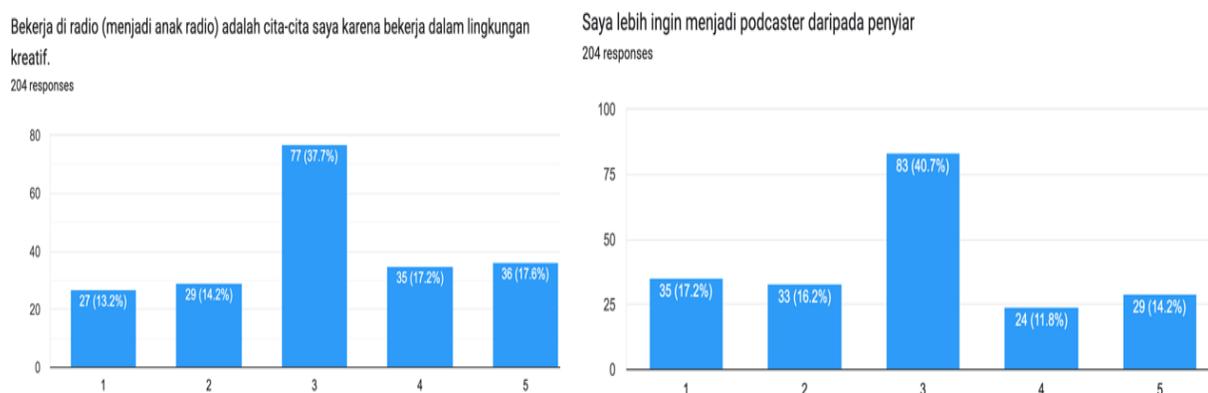
Gambar 2. Diagram Sikap pada Profesi Penyiar,  
Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Fenomena tersebut juga ditemukan melalui hasil survei pada informan yang terlibat pada penelitian ini. Sikap “tidak ingin” menjadi penyiar dengan skor pada skala semantik 26% dan 23,5% dari 204 informan menyatakan sikap profesi penyiar bukan profesi yang sangat diinginkan. Penyiar adalah *sphere of media* karena penyiar akan menentukan lingkup media itu sendiri. Neil Postman dalam (Gamaleri, 2019) mengiaskan interaksi antar generasi (tua dan muda) melalui media banyak mengalami friksi. Sehingga posisi media dalam bentuk ideologinya harus melayani

salah satu dari generasi tersebut. Dalam konteks ekologi, kualitas penyiar dan posisi audiens melihat profesi ini menjadi lingkup media (*sphere of media*).

Stuart Hall menggambarkan bahwa interaksi bahasa, budaya, dan ideologi pada media menentukan arah dari perjalanan media tersebut (Hall et al., 2008). Hipotesa tersebut disusun secara mendalam dengan memperhatikan celah semiotika yang terjadi di antara ketiganya. Pada posisi radio siaran swasta, posisi penyiar adalah representasi dari ideologi media melalui penggunaan bahasa siaran dan budaya yang dianut oleh media tersebut. Imperialisme budaya Betawi melalui aksent semiotika bahasa penyiar radio di Pekanbaru menggambarkan bahwa sejatinya radio siaran di Pekanbaru tidak memiliki artikulasi budaya yang jelas melalui ideologi penyiarannya.

Upaya memunculkan identitas media melalui ideologi yang dibawa tidak dapat terukur dengan jelas. Hal tersebut terjadi karena interaksi melalui sosial media bersifat lokalisir meskipun akses pada kontennya bersifat global. Kreativitas pekerja radio menjadi terbatas pada upaya identifikasi budaya yang sedang *trend* di media sosial dan dibawa ke dalam studio siarannya.



Gambar 3. Digram pada konteks *Sphere of Media*  
Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Pertumbuhan industri radio siaran yang lambat menjadikan posisi ekologi radio siaran pada konteks lingkup media (*sphere of media*) tidak lagi menjadi hal utama. Sebagai media yang menghadirkan lingkup kerja penuh kreativitas, radio siaran disikapi lain bahwa lingkup radio siaran tidak lagi cukup menghadirkan kreativitas. Lingkup media radio yang hanya diisi oleh konten audio, memosisikan ekologi medianya bergesekan dengan *podcast*, namun 204 informan pun sama dalam menyikapinya; yaitu berada di tengah poros. 37,7% dan 40,7% sikap informan memosisikan radio tidak cukup kreatif lagi saat ini dan *podcaster*-pun bukan menjadi rujukan profesi saat ini.

Nada pesimistis pekerja radio siaran swasta pada digitalisasi radio menjadikan profesi ini bukan menjadi rujukan. Iklim kerja “merangkap” adalah salah satu ekologi yang masih bertahan hingga saat ini. Sehingga, siapapun yang bekerja di radio siaran dituntut harus mampu mengerjakan pekerjaan lain baik berkaitan maupun tidak.

“Itu tergantung dia bisa bawa apa, dia bisa bikin apa, dia bisa ngapain aja, semua program yang di dia, dia sikat, bahkan dia bisa menciptakan program, kreatifitas, ketika meeting, dan bisa diandalkan. bikin proposal bisa ga, ngomong bisa ga di depan orang” (wawancara dengan ND, Juli 2022).

Kompetensi penyiar radio dituntut untuk turut mendorong *revenue*/ pendapatan media. Kompetensi sebagai penyiar saja tidak cukup, namun profesi ini menuntut penyiar memiliki kompetensi lain. Dalam konteks ekosistem media, lingkup media penyiaran (radio) menjadi semakin sempit. Posisi bisnis media menjadi krusial karena keterbatasan SDM, kecilnya *revenue* dari iklan. Pada kondisi ini, penanggung jawab media memutuskan untuk berafiliasi dengan sosial media untuk menemukan *revenue* lainnya.

Pada kondisi ini, *sphere of media* sejatinya menemukan lingkup baru bagi radio siaran. Faktanya lingkup ini kurang dimanfaatkan dengan maksimal sehingga model bisnis radio masih menggunakan cara lama (iklan, *event*, radio *talkshow*). Ekosistem radio siaran di era digital harus mampu menembus “pasar” baru dan hadir sebagai representasi pasar tersebut. McLuhan menyebutkan dengan term “*the medium is the message*” (Gencarelli, 2000; Georgiadou, 1995; Levinson, 1999; McLuhan, 1970). Term ini menjelaskan bahwa, sebagai media; radio siaran harus mampu menciptakan pesannya sendiri dan menjadi ideologi media tersebut. Pesan yang otentik dan orisinal menjadi representasi radio tersebut di hadapan pendengar. Dalam konteks ekosistem media, radio siaran harus mengembangkan diri bukan saja menjadi media namun mampu menjadi katalisator dalam mendampingi perubahan minat dan perhatian pendengarnya.

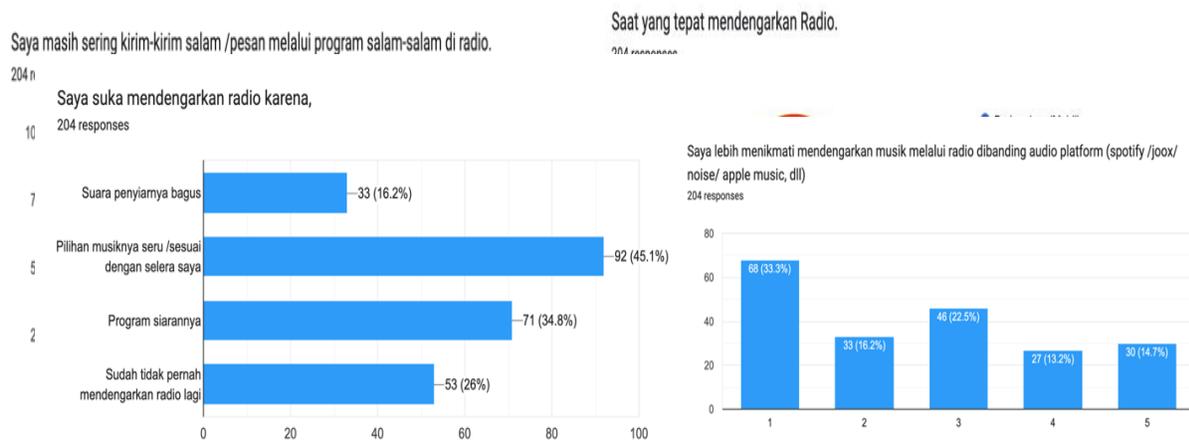
### ***Leisure Time, Pendengar, Proximity, dan Interaksi pada Radio Siaran***

Radio adalah media penyiaran yang paling fleksibel untuk diakses. Radio mengikuti perkembangan teknologi dan hadir dalam berbagai bentuk medium. Sebelumnya hanya bisa diakses menggunakan pesawat penerima siaran, hingga bisa diakses menggunakan *handphone* dan *smartphone*, hingga sekarang bisa diakses melalui jaringan internet. Sebagai media interaktif, radio siaran menghadirkan akses tidak terbatas pada teknologi. Interaksi yang berjalan melalui radio siaran saat ini masuk dalam kategori media arus kedua yang berkorelasi dengan media arus utama.

Korelasi era digital antara media arus utama dengan media arus kedua harus dibangun dengan baik dan diupayakan sangat dekat (Holmes, 2005). Interaksi media dua dunia berbeda ini menjadi jalan “rujuk” radio bertahan dalam ekologi media. Rujuk dalam konteks tetap menghadirkan konten siaran yang menghadirkan kedekatan (*proximity*) antar keduanya. *Leisure time* dalam term ekologi media Neil Postman menghadirkan preposisi waktu mengonsumsi media (Gamaleri, 2019). Interaksi yang sejatinya dibangun erat antara radio siaran dengan pendengarnya perlahan memudar dan renggang. Postman menggambarkan *leisure time* dalam menikmati media adalah waktu yang berharga sekali saat ini. Konteks *leisure time* menurut Postman tidak lagi

relevan dengan kondisi sekarang, manusia bersikeras berusaha dan diperbudak kesenangan palsu dan tidak menghiraukan waktu luangnya bersama media (Gamaleri, 2019; Gencarelli, 2000).

Dalam konteks radio siaran, *leisure time* pernah dikendalikan oleh radio adalah pada era keemasannya di tahun 1990-2010. Pendengar radio saat itu bertindak sebagai konsumen media arus utama dan berinteraksi dengan radio siaran yang mampu memenuhi minatnya akan hiburan dan informasi. Mengingat kembali, di era tersebut radio merajai media dan pendapatan (*revenue*) radio selain dari iklan, kartu pendengar (program salam dan sapa) pun menjadi sumber pendapatan berharga radio. Radio siaran berhasil membangun *proximity* diantara pendengarnya melalui media kartu pendengar. Interaksi pendengar pun terjalin dalam *leisure time* yang ditentukan oleh radio itu sendiri. Memasuki babak baru industri penyiaran, term *leisure time* terus bergeser dan interaksi yang hadir pun semakin “hambar” dan fana. Meminjam istilah *simulacra* Baudrillard (Hall, 1996; Kline, 2016; Samuels, 2010), radio hadir memberikan realitas yang dikonstruksi sesuai dengan kepentingan bisnisnya.

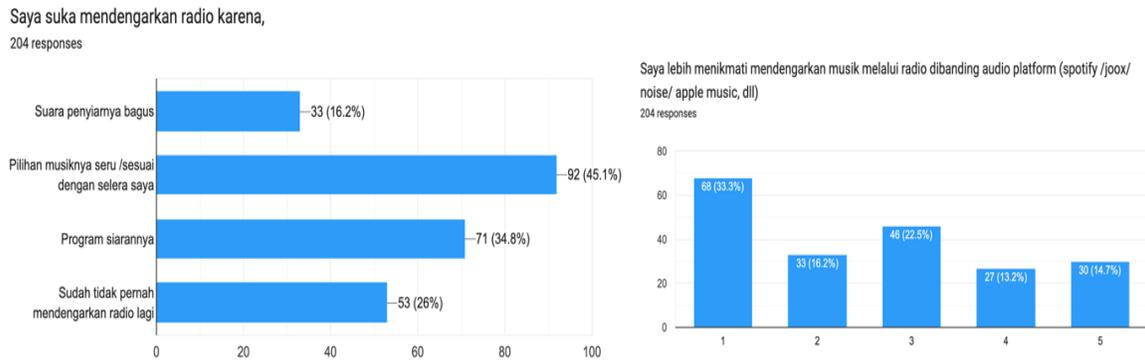


Gambar 4. Diagram pada Konteks *Leisure Time*  
 Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Konten radio yang monoton pada interaksi *masspersonal* melalui program berkirim salam/ pesan tidak lagi ikut mampu menghadirkan interaksi. 41,7% informan menyatakan “tidak pernah” mengikuti program berkirim salam melalui radio. Dalam konteks *leisure time*, program tersebut sejatinya ditayangkan pada waktu luang (malam hari) namun tidak pernah diikuti lagi karena waktu mendengarkan radio sudah begeser. 64,2% informan menyatakan sikap bahwa waktu yang tepat mendengarkan radio adalah saat berkendara. Sehingga konten radio (*salam-salam*) sudah tidak lagi menarik minat interaksi pendengar. Selanjutnya, radio hanya memiliki satu konten yang diharapkan mampu menarik minat pendengarnya, yaitu konten musik.

Interaksi teknologi saat konsumsi konten audio (musik) adalah alasan tertinggi (45,1%) pendengar mendengarkan radio, namun friksi radio dan *platform audio streaming* dipilih 33,3% informan pada aksesnya melalui *audio platform*. Pada kondisi ini, pendengar radio siaran tidak lagi memiliki *leisure time* khusus untuk menikmati konten radio dalam pendekatan ekologi

media. Ketersediaan akses pada konten audio lainnya, menjadikan radio siaran bukan menjadi rujukan dalam konteks penyiaran. Dibutuhkan korelasi yang amat baik dan dikelola dengan benar untuk dapat menciptakan *leasure time* baru dalam konteks akses dan waktu menikmati konten radio.



Gambar 5. Diagram Sikap Berinteraksi Dengan Radio  
Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Perkembangan radio siaran berjaringan pun turut menghadirkan realitas baru bagi penyiaran. Radio siaran yang awalnya sangat dekat karena bersifat lokalitas, dengan perkembangan teknologi penyiaran dan regulasi mampu menjadi radio jaringan yang bersifat nasional. Pada fungsi ini radio sebagai pilar kearifan budaya lokal kehilangan kekuatannya yang tergantikan dengan term industrialisasi budaya.

### Konvergensi Teknologi Dalam Radio Siaran

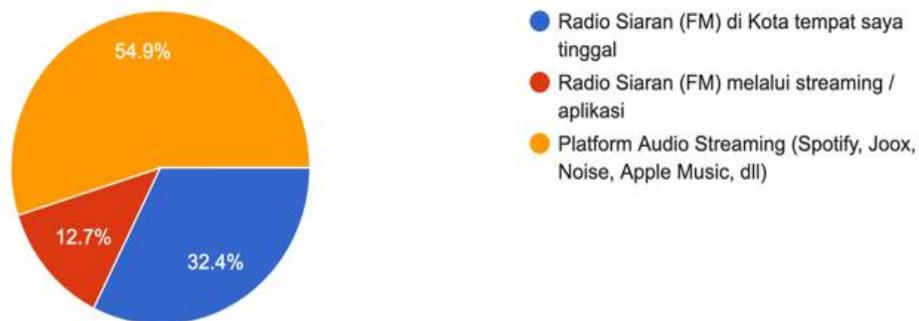
Teknologi menjadi acuan utama dalam relasi ini, di mana *term technopolis* melekat pada relasi kedua era media tersebut. Neil Postman memberikan proposisi teknologi lengkapnya pada pandangan tersebut. *Technopolis*; mengambil peran utama kultur, agama, tradisi, dan ritual dianggap tidak lagi relevan yang keseluruhannya digantikan dengan manifestasi teknologi dalam struktur sosial (Gamaleri, 2019; Gencarelli, 2000; Georgiadou, 1995).

Sebagai bisnis media padat modal, radio siaran swasta menghadapi tantangan simplifikasi teknologi penyiaran melalui konvergensi *broadcast* dan *broadband*. Konvergensi teknologi penyiaran menjadi upaya dalam inovasi untuk mempertahankan interaksi radio dengan *audience*. Radio siaran dalam ekosistem teknologinya memutuskan untuk hadir di platform *audio streaming* dalam upaya menjangkau pendengar yang lebih luas. Potensi *revenue* (pendapatan) melalui iklan nasional maupun lokal adalah target pencapaian masing-masing media dalam ekosistem ini. Dalam konteks akses konten musik, informan condong bersikap melakukan akses melalui platform *audio streaming* dari pada akses melalui radio siaran. Kemudahan akses dan

ketersediaan musik sesuai yang diinginkan (*on demand*) memosisikan *broadcast* berjalan dibawah *broadband*.

Akses pada konten digital menyediakan kesegeraan, akses yang konstan, dan ketersediaan produk secara terus menerus menjadikan teknologi ini adalah hal yang utama (Lindgren, 2014). Pada kondisi ini, Lindgren memberikan pemahaman bahwa teknologi pada konteks digital adalah hal yang utama. Keutamaannya bahkan mampu menggeser konsepsi budaya (kearifan lokal) yang dibawa oleh radio.

Untuk menikmati musik, saya suka mendengarkannya melalui,  
 204 responses



Gambar 6. Grafik Sikap pada Akses Konten Musik  
 Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Evolusi penyiaran melalui konvergensi teknologi penyiaran menjadikan ekosistem penyiaran khususnya radio siaran perlu dijaga melalui regulasi penyiaran. Interkoneksi antar platform penyedia konten (*on demand*) menunjukkan bahwa teknologi penyiaran perlu dengan segera menyediakan wadah untuk ekosistem ini. Saat ini ekosistem radio siaran tetap berada pada pita frekuensi penyiaran (*broadcast*) tanpa memandang urgensi konvergensi teknologi penyiaran *hybrid*. Konvergensi teknologi penyiaran dalam konteks radio siaran adalah inovasi yang mampu mendorong popularitas radio siaran bagi pendengarnya. Para subjek belum mampu dan memiliki kapasitas untuk hadir dalam ruang *hybrid* tersebut dan memilih menerapkan inovasi yang tersaji pada tabel berikut.

Tabel 2. Inovasi dan Konvergensi Teknologi Radio Siaran

No	Subjek /Informan	Radio Id (Initial)	Inovasi
1	ND	AD	Interaksi melalui konten siaran pagi
2	AI	EJ	<i>Relay</i> siaran asing (Jepang) berbahasa Indonesia
3	NS	EJ	Hadir di <i>platform audio streaming</i> Noice
4	DN	BR	Interaksi melalui segmen Citizen Journalism

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2022

Konvergensi teknologi penyiaran pada radio siaran masih menerapkan pola media era utama (*first media age*) sehingga interaksi dalam konteks *technopolis* dalam term ekologi media tidak terwadahi secara maksimal. Pada konteks pengawasan, konvergensi teknologi penyiaran adalah kekuatan dan arah baru dari ekologi media agar ekosistem media penyiaran (radio) mampu bertahan. Ekosistem penyiaran bergantung pada akses dan teknologi penyiarannya sehingga pelaku industri ini perlu dengan segera menyikapi pergeseran minat konsumsi konten penyiaran berbasis audio yang disajikan oleh radio siaran. Term *technopolis* dalam ekologi media menjadi gambaran bahwa aspek teknologi penyiaran dapat merubah wajah penyiaran itu sendiri. Menjadikannya sebagai wadah untuk distribusi konten penyiaran yang berkualitas dan akhirnya menjaga keberlangsungan ekosistem penyiaran khususnya radio siaran.

## **PENUTUP**

Ekosistem radio siaran di Kota Pekanbaru mengalami *stagnant* dan kesulitan dalam menemukan sumber daya manusia dan *revenue* yang sesuai dengan ideologi media. Interaksi yang diwakilkan oleh sosial media menjadi ekosistem baru yang ditemukan pada unsur *proximity* radio siaran. Teknologi penyiaran “usang” menuntut inovasi dalam upaya konvergensi (*broadcast-broadband*) sebagai wadah penyiaran baru bagi radio siaran, sehingga penelitian ini memberikan celah (*gap*) untuk dapat dilanjutkan oleh peneliti lain dalam upaya mengumpulkan serpihan (*puzzle*) ekosistem penyiaran pada wilayah lain di Indonesia dalam konteks radio siaran.

Radio siaran adalah salah satu artefak penyiaran yang menjadi katalisator menjaga kearifan budaya lokal. Dengan kemampuannya, radio hadir sebagai media penyiaran yang menciptakan interaksi, *proximity*, dan konektivitas realitas pendengar. Segala bentuk keunggulan radio tersebut saat ini menjadi “buram” karena teknologi penyiaran yang tertinggal, imbas kemajuan teknologi lainnya (*broadband*). Keutamaan relasi antara teknologi, regulasi, dan akses pada konten siaran radio perlu dengan segera diwadahi dalam ekosistem baru. Ekosistem yang dapat dijaga dan diawasi, sebagai tanggung jawab media, pengawas, dan regulator pada publik sebagai pemilik frekuensi penyiaran.

## **REFERENSI**

- Armando, A. (2014). The greedy giants: Centralized television in post-authoritarian Indonesia. *International Communication Gazette*, 76(4–5), 390–406. <https://doi.org/10.1177/1748048514524106>
- Blok, A., Farias, I., & Roberts, C. (2019). The Routledge Companion to Actor-Network Theory. In *Taylor & Francis*. Taylor & Francis Group. <https://doi.org/10.4324/9781315111667>
- Boullier, D. (2018). Médialab stories: How to align actor network theory and digital methods. *Big Data and Society*, 5(2). <https://doi.org/10.1177/2053951718816722>
- Bungin, B. (2011). *Penelitian Kualitatif Edisi Kedua*. Kencana.
- Chichon, J. P. (2020). (Mis) leading Britain’s conversation: The cultivation of consent on the Nigel Farage radio phone-in show. *Discourse and Communication*, 14(1), 3–21.

- <https://doi.org/10.1177/1750481319876769>
- Creswell, J. (2013). Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. In *Research design*.  
<https://doi.org/10.2307/3152153>
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The Sage Handbook Of Qualitative Research Fifth Edition*. Sage Publication, Inc.
- Downey, J., Titley, G., & Toynbee, J. (2014). Ideology critique: the challenge for media studies. *Media, Culture and Society*, 36(6), 878–887. <https://doi.org/10.1177/0163443714536113>
- Gamaleri, G. (2019). Media ecology, Neil Postman’s legacy. *Church, Communication and Culture*, 4(2), 238–244. <https://doi.org/10.1080/23753234.2019.1616585>
- Gencarelli, T. F. (2000). The intellectual roots of media ecology in the work and thought of Neil postman. *New Jersey Journal of Communication*, 8(1), 91–103. <https://doi.org/10.1080/15456870009367381>
- Georgiadou, E. (1995). Marshall McLuhan’s ‘global village’ and the Internet. *University of Kent at Canterbury*, 3(August 1995), 2001. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.1490.1282>
- Hall, S. (1996). Critical Dialogues in Cultural Studies. In *Routledge, London*. <https://doi.org/10.4324/9780203993262>
- Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., & Willis, P. (2008). Culture, Media, Language. In *Routledge, London*.
- Hargitai, H. (2021). Content and framing in radio news bulletins in urban and rural Hungary. *European Journal of Communication*, 36(2), 125–147. <https://doi.org/10.1177/0267323120966839>
- Holmes, D. (2005). *Communication Theory Media, Technology and Society*. Sage Publication, Inc.
- Juditha, C., Darmawan, J. J., & Darmawan, J. J. (2016). Terpaan Siaran Rri Dan Tvri Pada Masyarakat Diwilayah Perbatasan Ri-Timor Leste. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 5(1), 19. <https://doi.org/10.31504/komunika.v5i1.635>
- Kline, K. (2016). Jean Baudrillard and the Limits of Critical Media Literacy. *Educational Theory*, 66(5), 641–656. <https://doi.org/10.1111/edth.12203>
- Levinson, P. (1999). *Digital Mcluhan a Guide to the Information Millenium*. Routledge. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Lindgren, S. (2014). Hybrid Media Culture. In S. Lindgren (Ed.), *Hybrid Media Culture*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203385852>
- McLuhan, M. (1970). *Culture Is Our Business*. Ballantine Books, Inc. <http://www.vireoenergy.se/our-business>
- McLuhan, M., & Lewis H. Lapham. (1994). *Understanding Media The Extensions of Man*. MIT Press.
- McQuail, D., & Deuze, M. (2020). *Mcquail’s Media & Mass Communication Theory*. SAGE Publications.
- Michelsen, M., & Krogh, M. (2017). Music, radio and mediatization. *Media, Culture and Society*, 39(4), 520–535. <https://doi.org/10.1177/0163443716648494>
- Paxson, P. (2010). *Mass Communications and Media Studies: An Introduction*. <http://books.google.com/books?id=RusUVdLjxrsC&pgis=1>
- Podkalicka, A. (2008). Public service broadcasting as an infrastructure of translation in the age of cultural diversity: Lessons for Europe from SBS Australia. *Convergence*, 14(3), 323–333. <https://doi.org/10.1177/1354856508091084>

- PRSSNI. (2021). *Radex Iklan Radio*. <https://radioindonesia.co.id/news-detail/data-radex-prssni-maret-2021>
- PRSSNI. (2022). *Radex Iklan Radio*. <https://radioindonesia.co.id/news-detail/data-radex-prssni-juni-juli-2022>
- Rosenberry, J., & Vicker, L. A. (2021). *Applied Mass Communication Theory*. In *Applied Mass Communication Theory*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003121695>
- Ruth, N., Spangardt, B., & Schramm, H. (2017). Alternative music playlists on the radio: Flow experience and appraisal during the reception of music radio programs. *Musicae Scientiae*, 21(1), 75–97. <https://doi.org/10.1177/1029864916642623>
- Samuels, R. (2010). *New Media, Cultural Studies, and Critical Theory after Postmodernism*. Palgrave Macmillan.
- Setiawan, H., Hero, E., & Hidayat, A. (2021). Retorika Digital Pada Konten Podcast (Analisis Tema Fantasi Narasi Podcaster Di Pekanbaru). *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 6(4), 457–479. <https://doi.org/10.52423/JIKUHO.V6I4.20794>
- Setiawan, H., Karlinah, S., Hidayat, D. R., & Darwis, Y. (2021). The Failure Of Implementation Broadcasting Regulations In Indonesia-Malaysia Border Region: Case Study On Free-To-Air Television In Meranti Regency, Riau Province - Indonesia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 37(1), 88–106. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2021-3701-06>
- Turow, J. (2008). Media today: an introduction to mass communication. In *Media* (Vol. 25). <http://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=g2uVDTOctrkC&oi=fnd&pg=PR20&dq=turow,+joseph+nich&ots=HLLIZyl0f9&sig=THoABEJzwHgWWPFDVKNLw-yw-YY>
- Watkinson, J. (2001). *Convergence In Broadcast and Communications Media*. Focal Press.
- Wu, L. (2017). Evaluating Local News on the Radio: A National Survey of Radio Station Executives. *Electronic News*, 11(4), 229–244. <https://doi.org/10.1177/1931243117694672>
- Yin, R. K. (2003). *Case Study: Design and Method*. SAGE.