

## PERANAN RADIO SIARAN SWASTA DI ERA KOMUNIKASI INTERAKTIF

**Dini Salmiyah Fithrah Ali**

*Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis*

*Telkom University*

*E-mail: [dinidjohan@gmail.com](mailto:dinidjohan@gmail.com)*

### ABSTRAK

Sejarah perkembangan teknologi telah membawa kita pada era komunikasi dua arah yang memudahkan kita untuk mencari sekaligus memberikan informasi melalui berbagai fasilitas interaktif. Radio ikut memberi pengaruh secara sosial terhadap perubahan tersebut agar tetap bisa terjaga keberadaannya. Tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengidentifikasi dan merancang program yang tepat bagi praktisi radio di kota Bandung khususnya dan masyarakat penikmat radio umumnya agar dapat tetap eksis di era sekarang. Penelitian ini menggunakan pendekatan literatur dengan analisa hasil observasi secara deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui *focus group discussion* dan *in-depth interview* dengan kelompok pendengar dan praktisi radio swasta di kota Bandung

**Kata Kunci :** Radio, Teknologi Komunikasi, Fasilitas Interaktif, Kelompok Pendengar, Praktisi Radio

## Pendahuluan

Perkembangan siaran radio di Indonesia tak pernah bisa lepas dari pendirian Radio Republik Indonesia (RRI) sebagai bentuk komitmen bangsa Indonesia sebagai lembaga penyiaran publik yang akan menjadikan kepentingan masyarakat sebagai prioritas berlandaskan sikap netral dan mandiri. Seiring berjalannya waktu, berawal dari hobi dan interaksi antar komunitas, radio amatir atau radio swasta tumbuh dan berkembang. Kehadiran radio swasta, selain menjadi babak baru dalam pengembangan radio di Indonesia, juga melahirkan permasalahan yang semakin kompleks. Untuk mengatasinya, didirikanlah Persatuan Radio Siaran Swasta Niaga Indonesia (PRSSNI) sebagai wadah yang menyatukan aneka ragam radio swasta di Indonesia

Berdasarkan data PRSSNI tahun 2012, jumlah stasiun radio swasta terbanyak berada di Bandung dengan 64 radio. Hal tersebut berdampak pada persaingan yang semakin ketat antar radio demi memenuhi target *rating*. Terlampir *rating* radio di Bandung pada tahun 2012

**Tabel.1.1**  
**Rating Radio menurut Nielsen Media Research 2012**

Rating	Radio	Frekuensi	Segmen
1	Dahlia	101.5 FM	Dewasa
2	Rama	104.7 FM	Dewasa
3	Ardan	105.9 FM	Remaja
4	99ers	100 FM	Remaja
5	Cosmo	101.9 FM	Dewasa

Era digital yang juga masuk ke Indonesia turut memberikan andil bagi keragaman radio swasta, baik dari sisi pemberian konten maupun sisi teknologi. Kompetisi menjadi semakin ketat ketika teknologi digital memungkinkan pemberian fasilitas penyiaran *streaming* audio yang membuat siaran radio bisa didengarkan tidak hanya di wilayah jangkauan frekuensi mereka tapi juga ke seluruh dunia yang terhubung melalui internet.

## Tinjauan Pustaka

Definisi paling sederhana mengenai komunikasi massa dinyatakan oleh Bittner (1980:10), sebagaimana dikutip oleh Rakhmat (2011), "*Mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people.*" Rakhmat menyepakati

komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah khalayak. Wiryanto menambahkan bahwa sumber utama dalam komunikasi massa adalah lembaga, organisasi, atau orang yang bekerja dengan fasilitas lembaga atau organisasi. Dengan demikian, dapat kita simpulkan bahwa komunikasi massa adalah sebuah bentuk komunikasi yang memanfaatkan media massa untuk menyebarkan pesan kepada khalayak luas pada saat yang bersamaan.

Everett M. Rogers melalui bukunya *Communication Technology: The New Media in Society* mengatakan bahwa sejarah perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dapat dikelompokkan dalam empat era perkembangan. Pengelompokan era tersebut adalah sebagai berikut :

1. Era Komunikasi Tulisan (dari tahun 4000 - )
2. Era Komunikasi Cetak (dari tahun 1456 hingga sekarang)
3. Era Telekomunikasi (dari tahun 1844 hingga sekarang)
4. Era Komunikasi Interaktif (dari tahun 1946 hingga sekarang)

Era komunikasi interaktif yang sekarang kita rasakan, menekankan pada adanya proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui sebuah media. Keunggulan yang kita dapat, selain dari proses komunikasi ini memungkinkan adanya *feedback*, komunikator juga dapat memilih informasi yang dibutuhkan untuk mencapai proses penyampaian pesan. Perkembangan radio menjadi kian terbantu dengan kemudahan berkomunikasi terhadap audiensnya.

### **Metode Penelitian**

Penulis melakukan pengumpulan data melalui *focus group discussion*. Tujuan FGD ini adalah mengetahui pendapat dan pengalaman dari masing-masing individu yang termasuk dalam kelompok pendengar maupun praktisi radio siaran swasta. Secara lebih detail, FGD berusaha mendapatkan penilaian mendalam terhadap radio siaran swasta yang ada di Bandung -sebagaimana yang disampaikan oleh Poynter dalam *The Handbook of online and social media research* bahwa FGD akan menggali pendapat dan pengalaman peserta mengenai radio siaran swasta tertentu yang mewakili radio siaran swasta pada umumnya-.

FGD ini dilakukan di Telkom University pada bulan Maret 2015 melalui dua sesi diskusi. Sesi pertama dilakukan melalui tukar pendapat antar peserta FGD yang diikuti oleh delapan orang peserta dengan proporsi gender berimbang (empat orang laki-laki dan empat orang perempuan). Sebelum diskusi, terdapat *screening* pra-FGD dengan prasyarat sebagai berikut: peserta adalah pendengar radio aktif selama satu tahun terakhir dan melibatkan praktisi radio yang aktif selama dua tahun terakhir. Radio itu sendiri harus yang termasuk ke dalam *rating* lima besar olahan Nielsen Media Research. Sedangkan sesi kedua dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) pada setiap peserta, berkenaan dengan pernyataan yang dilontarkan saat sesi tukar pendapat. Proses FGD direkam dan dicatat oleh notulen. Hasil FGD tersebut ditranskrip dan dianalisis sesuai dengan temuan dan pendapat yang berkembang selama jalannya diskusi.

## Hasil Penelitian

### 1. Kebutuhan akan Internet

Setiap peserta sepakat bahwa internet sangat dibutuhkan di era sekarang ini. Internet menjadi kebutuhan mendasar dan setiap peserta memiliki durasi menggunakan media internet sekitar tiga sampai empat jam sehari diluar penggunaan di kantor. Berikut jawaban dari para peserta ketika diwawancarai:

“Kalau saya pemakaian internet di rumah *after working hours* biasanya tiga sampai empat jam karena saya berhubungan dengan klien *by email* atau *chatting* dengan klien dan membahas tentang konsep-konsep. Saya menggunakan Speedy. Pemakaian di rumah tiga jam. Di rumah ada koneksi, koneksi tetap. Untuk mendengarkan radio juga, di hape juga ada *tune in*. Karena saya punya usaha hostel, jadi 24 jam harus *on* terus. Pengunjung hostel saya, yang rata-rata orang *Europe*, mereka aktif terus untuk mencari informasi di Bandung. Kira-kira habis 25 Giga sebulan. Kalau saya pribadi paling menggunakan dua sampai tiga jam di rumah. Untuk hostel, saya pakai Esia dan Im3. Jika satu *down*, maka akan ada *backup*-nya. Untuk pribadi saya pakai Aha.”

### 2. Penggunaan Media

Perubahan media yang sangat revolusioner tetap tidak dapat menggantikan posisi radio yang memiliki sifat auditif. Meski selintas, namun radio dapat menjadi teman perjalanan yang berfungsi memberi informasi dan hiburan. Berikut jawaban dari para peserta ketika diwawancarai:

“Sering banget. Sebenarnya kalau sekarang, *streaming* banyak digunakan di komputer atau laptop. Sekarang di beberapa tempat atau mobilitas biasanya menggunakan *handphone* dengan menggunakan aplikasi yang ada di

*handphone*. Dengan menggunakan aplikasi yang khusus dari *handpone* itu, *delay*-nya sangat minim. Kalau *streaming* (via komputer atau laptop), ada *delay*-nya sekitar empat detik jadi mengganggu banget dan tidak lancar. Kalau *streaming*, kelemahannya kadang putus koneksi. Kalau dari aplikasi, bisa tidak lama *delay*-nya karena ada pemancar. Kalau saya dengar radio di Bandung biasanya di *handphone* atau di mobil saja. Sedangkan untuk mendengarkan radio di Jakarta, ya harus *streaming*. Biasanya menggunakan *handphone* jika sedang dalam perjalanan. Kalau *streaming* lewat komputer, saya belum pernah.”

### 3. Media yang Sering Digunakan dalam Mencari Informasi

Media informasi menggunakan internet menjadi pilihan utama bagi seluruh peserta FGD sehingga kebutuhan *gadget* untuk *online* semakin meningkat.

### 4. Penerapan Informasi Seputar Hobi dan Minat lewat Media Radio

Acara radio dianggap menarik bila bisa dibawakan oleh penyiar yang memiliki kemampuan menghasilkan “*theatre of mind*”, membangun imajinasi dan membangkitkan keinginan untuk mengunjungi tempat yang tengah dijadikan fokus acara. Berikut jawaban dari para peserta ketika diwawancarai:

“Penyiar yang bisa memberikan imajinasi sampai membuat ketakutan hanya satu yaitu *Ardan Nightmare*. Saya pernah mendengar seorang penyiar yang memberitakan indahnya Kota Malang, sampai saya langsung *browsing* dan pergi ke sana.”

### 5. Waktu yang Tepat untuk Menikmati Acara Andalan di Radio Siaran Swasta

Peserta sepakat waktu yang tepat untuk menikmati acara andalan dilakukan setelah jam kerja saat masih dalam perjalanan. Alasannya, waktu tersebut dianggap sebagai waktu yang paling memungkinkan untuk mendengarkan radio. Berikut jawaban dari para peserta ketika diwawancarai:

“*Weekend* program dan di waktu sore ketika pulang kantor. Bagusnya sih setiap hari, pulang kantor.”

### 6. Program Acara yang Perlu Dimiliki oleh Radio Siaran Swasta

Mengenai program acara, peserta mengharapkan acara yang tidak umum dan berbeda dengan radio sejenis. Selain itu, peserta juga berharap agar acara-acara tersebut memberikan hal baru, ide praktis bagi keseharian, dan inspirasi. Berikut jawaban dari para peserta ketika diwawancarai:

“Saya suka *tips and trick* tentang bagaimana menghadapi hidup ke depan. Kalau mendekati *weekend*, saya suka program yang membahas tempat-tempat *traveling*. Kurang lebih sama. Saya itu kalau nonton di Youtube pasti mencari *tips and trick*. Misalnya, bagaimana mengupas mangga dengan menggunakan gelas. Bagi saya, lebih baik mengakses sesuatu yang ringan tapi membantu kehidupan, daripada menggosipkan hal yang negatif.”

## 7. Program yang Dibutuhkan di Hari Kerja

Program yang diharapkan ada di hari kerja adalah acara yang memberikan informasi aktual, bermanfaat untuk pengguna jalan raya, namun tetap menghibur. Berikut jawaban dari para peserta ketika diwawancarai:

“Saya sangat membutuhkan program tentang kemacetan lalu lintas yang bekerjasama dengan Polda Jabar. Idealnya, acara tersebut diputar pada pagi jam 7 dan sore jam 6. Saya pengen sesuatu yang unik. Saya kepikiran untuk membuat sesuatu tentang yang lucu tapi juga menakutkan. Bagi saya, sebagai tim kreatif, membuat suatu acara itu sebaiknya yang bisa mengubah perilaku orang. Agar bisa mendapatkan hal tersebut, tim kreatif radio perlu *refreshing* keluar dari kantor (untuk mendapatkan ide-ide).”

## 8. Penilaian Peserta terhadap Radio

### 8.1. Alasan Memilih Radio sebagai Media yang Tidak Tergantikan Hingga Kini

Radio masih menjadi pilihan utama sebagai teman perjalanan karena sifatnya yang auditif dan bisa menciptakan kedekatan antara penyiar dengan pendengarnya. Berikut jawaban dari para peserta ketika diwawancarai:

“Saya suka radio karena *proximity* antara penyiar dengan pendengarnya. Hal tersebut tentu juga dipengaruhi . “Kalau saya membuka radio untuk menghilangkan kesepian sekaligus sebagai teman di jalan. Jadi saya sebenarnya ingin mencari lagu. Tapi memang saya biasa buka radio tertentu karena lagu-lagunya enak. Ketika sampai pada penyiar yang bicara, apalagi jika bicaranya tidak enak, *channel*-nya langsung saya pindah. Saya membuka radio karena ingin mendengarkan penyiarnya. Kekuatan penyiar dalam memberikan informasi itu penting. Jika tidak kuat, maka orang hanya akan mendengarnya sambil berlalu, terlebih karena sifat radio yang auditif sehingga bisa luput dalam mencuri perhatian. Menurut saya sendiri, umumnya radio di Bandung bicaranya tidak fokus, sehingga kemungkinan orang untuk pindah saluran adalah lebih banyak. Tapi untuk saya pribadi, sebelum pindah saluran, saya akan menilai dari lagunya terlebih dahulu. Kalau lagunya enak, meski penyiarnya tidak menyenangkan, saya tidak akan merubah saluran. Sebaiknya untuk segmen professional, penyiar dan lagunya ada satu senyawa yang larut. Penyiar dan lagu harus merupakan satu kesatuan.”

## 8.2. Penyiar Radio yang Berhasil Membentuk Imajinasi dan Persepsi Kuat di Benak Pendengar

Kebanyakan peserta kesulitan menyebutkan nama acara yang spesifik. Walaupun ada, harus dibantu dengan acara yang dibawakan atau referensi diarahkan terhadap satu program atau satu jenis musik tertentu. Berikut jawaban dari para peserta ketika diwawancarai:

“Saya hanya ingat satu, yaitu *Ardan Nightmare*. Kalau dulu, ada drama sandiwara *Tutur Tinular*. Di Bandung banyak penyiar yang berasal dari band *indie*. Saya pikir mereka-mereka bagus karena selain kualitas suaranya, juga memberi *influence* baru tentang musik pada pendengarnya.”

## 10. Penilaian Peserta atas Radio Siaran Swasta Pilihan Peserta

### 10.1. Pertimbangan Utama Pendengar Tetap Setia Mendengarkan Program Radio

Penyiar yang dapat memberikan kenyamanan, keakraban dan informatif masih menjadi alasan utama dan kelebihan radio sebagai media hiburan. Berikut jawaban dari para peserta ketika diwawancarai:

“Kalau saya tidak lebih kepada penyiar atau musiknya tetapi kita harus lihat dahulu rumahnya. Rumah itu adalah program acaranya. Walaupun untuk beberapa orang tidak peka, tapi kalau program acaranya jelas akan berpengaruh pada penyiar dan lagunya. Kalau saya membuka radio untuk menghilangkan kesepian sekaligus sebagai teman di jalan. Jadi saya sebenarnya ingin mencari lagu. Tapi memang saya biasa buka radio tertentu karena lagu-lagunya enak. Ketika sampai pada penyiar yang bicara, apalagi jika bicaranya tidak enak, *channel*-nya langsung saya pindah.”

### 10.2. Jam *Prime Time* mengenai Program Acara yang Paling Diingat

Waktu yang disediakan untuk mendengarkan radio masih beragam bagi sebagian peserta FGD, tergantung waktu istirahat dari kesibukan rutin masing-masing-masing. Berikut jawaban dari para peserta ketika diwawancarai:

“Di atas jam sembilan malam ketika sudah santai. Sekitar sore pukul tiga, sembari pulang kantor untuk menemani di perjalanan. Pagi ketika perjalanan ke kantor.”

### 10.3. Pendapat Pendengar Mengenai Penyiar di Radio Siaran Swasta Favoritnya

Di tengah pendapat pentingnya peran penyiar di mata pendengar, penyiar yang ada saat ini belum terasa memiliki satu kekhasan yang menjadi nilai lebih mereka. Meski tidak

dapat dikatakan buruk, namun belum ada yang dapat dikatakan di atas rata-rata. Berikut jawaban dari para peserta ketika diwawancarai:

“Dari tahun ke tahun apa yang ingin dibicarakan penyiar rata-rata sudah tertebak. Misalnya, kenaikan BBM. Semua juga tahu tentang itu, dan para penyiar itu tidak membicarakannya dari segi yang out of the box, tidak mencari sisi yang lain. Kalau saya melihat dari segi *marketing communication*, kadang ada orang yang mau *stay* di penyiar itu karena merasa *he or she have a sexy voice*. Penyiar radio tertentu kadang datar, malah kadang lebih enak lagunya daripada penyiarnya. Harusnya sesuai *how-to-say*-nya. “Rata-rata penyiar masih kurang ekspresif. Kedekatannya juga kurang. Penyiarnya bikin adem walaupun tidak jenaka. Sebenarnya tergantung atmosfer kita sedang ingin mendengarkan apa. Masih umum. Belum terlalu spesifik.”

#### 4.10.3 Diferensiasi Radio Siaran Swasta dengan Radio Kompetitor Lainnya

Pendengar masih menganggap bahwa kualitas suara yang didengar, jenis musik dan kemampuan *music director* dalam meramu lagu menjadi pilihan utama dalam menentukan pilihan terhadap radio yang didengar/

“Lebih ke kualitas soundnya. Karena *genre*-nya yaitu *jazz music*. Kalau saya tergantung pada *playlist* lagunya.”

### 11. Program Inovatif/ Ide Pendengar

#### 11.1. Jika Anda Diundang oleh Radio Siaran Swasta, Acara Apa yang Pasti Akan Anda Datangi untuk Acara *Off Air*?

Kedekatan dengan pendengar dapat dilakukan dengan membuat sebuah even atau kegiatan berdasarkan hal yang tengah menjadi tren, disesuaikan dengan target pendengar yang ada berdasarkan segmentasi yang telah radio tetapkan

“Kalau sekarang jazz. Dengan adanya even seperti Java Jazz dan Kampung Jazz, sekarang jazz tidak lagi terasosiasikan dengan orangtua, tapi juga anak-anak muda. “Membuat even yang bisa memperpanjang segmentasi tersebut. Sebuah acara jazz sebaiknya tidak tersegmentasi untuk satu generasi saja. Kenapa tidak membuat musik untuk tiga generasi saja? Jadi menciptakan juga mempertahankan. Seharusnya radio menjadi suatu media yang tidak akan kehilangan segmennya dengan menciptakan suatu acara yang melibatkan generasi berikutnya. Kalau musik tidak. Mungkin *talkshow* bisnis. Kalau saya lebih tertarik ke edukasi. Misalnya, konsep CSR yang digabungkan dengan musik.”

#### 11.2. Program radio yang ingin dibuat



Program radio yang diinginkan oleh pendengar adalah hal yang membantu keseharian menjadi lebih baik dengan cara sederhana namun menghibur, dengan tetap menggabungkan musik dan penyiar sebagai kekuatan utama dari radio yang berkarakter media auditif.

“Balik lagi ke *tagline* radionya. Coba lihat ada persoalan-persoalan apa yang ada di masyarakat. Misalnya, problem pernikahan. Radio harus bisa *‘give the solution’*, sehingga memang benar ada inspirasinya. Hobi atau olahraga. Dan mendatangkan komunitas yang ada. Kalau olahraga misalnya anak-anak basket. Kalau saya ingin ada tips dan trik tentang kehidupan, yang bisa memudahkan aktifitas kita sampai memudahkan cara berpikir kita. Segmentasinya yang *middle up*, dan bisa melihat sesuatu yang *out-of-the-box*. Yang sederhana dan informatif. Misalnya ada segmen liburan.”

### Kesimpulan

Dari hasil diskusi tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa peran radio swasta di kota Bandung masih dibutuhkan bagi pendengar maupun praktisi radio. Hal ini dapat dirasakan dari antusiasme para pendengar disaat menceritakan program radio mereka, kebiasaan mendengarkan radio yang mereka masih lakukan serta harapan agar radio mereka tetap bisa menjadi salah satu media informasi di era interaktif.

Peran radio siaran swasta telah bergeser dari sekedar bersifat auditif. Radio siaran swasta kini harus semakin interaktif dan informatif jika mengingat kebutuhan pendengar terhadap radio pun semakin meningkat -menuntut radio berperan lebih besar dalam pemberian informasi yang baru dan terpercaya agar bisa mengakomodasi persoalan aktual di masyarakat umumnya dan di segmentasi radio masing masing dengan semakin memberi porsi besar peran pendengar yang dilibatkan secara langsung dalam program acara sehingga lebih interaktif-.

Radio juga diharapkan untuk bergerak lebih cepat dalam menyeimbangkan perkembangan media informasi melalui internet yang semakin ekspansif dengan program-program yang dapat digabungkan dengan kegiatan *off air* sehingga tercipta sinergi bagi radio itu sendiri dalam melibatkan fungsi pendengar.

Radio perlu membuat program yang dirancang lebih atraktif dan mengutamakan jadwal *prime time* bagi pendengar saat ini dimana waktu mendengarkan radio sekarang telah bergeser di saat perjalanan pergi ke kantor atau jam pulang kantor sebagai teman perjalanan.

Radio juga perlu memperhatikan kualitas pemancar dan memperluas area jangkauan siaran agar menghasilkan suara yang jernih dan mudah ditangkap disaat pendengar dalam posisi *mobile*.

Di tengah banyaknya perubahan yang diharapkan oleh pendengar, pendengar masih terus merindukan kelebihan dasar radio yang auditif dan kemampuan penyiar yang bisa menciptakan kedekatan dengan pendengar dan kemampuan menciptakan "*theater of mind*" ketika membawakan acara.

JURNAL LISKI

**Daftar Pustaka**

Poynter, Ray. 2010. *The Handbook of online and social media research*. UK: Wiley Esomar Research

Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Rogers , Everret M. 1986. *Communication Technologi : The New Media in Society*. New York: The Free Press

Wiryanto. 2000. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Grasindo.

[www.radioprssnijabar.com](http://www.radioprssnijabar.com)

JURNAL LISKI