

**POLA KONSUMSI *SUARA SURABAYA MEDIA*
PADA GENERASI Z SURABAYA DI ERA KONVERGENSI MEDIA**

SKRIPSI



Disusun oleh

GANJAR NDARU AJI

NIM : 071911533109

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SEMESTER GENAP 2022/2023**

**POLA KONSUMSI *SUARA SURABAYA MEDIA*
PADA GENERASI Z SURABAYA DI ERA KONVERGENSI MEDIA**

SKRIPSI



Disusun oleh

GANJAR NDARU AJI

NIM: 071911533109

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SEMESTER GENAP 2022/2023**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Bagian atau keseluruhan isi skripsi ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi dan/atau universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan/ditulis oleh individu selain penyusun kecuali bila dituliskan dalam format kutipan (langsung maupun tidak langsung) dalam isi skripsi.

Apabila ditemukan bukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 28 Mei 2023

Penyusun



Ganjar Ndaru Aji

NIM . 071911533109

**POLA KONSUMSI *SUARA SURABAYA MEDIA* PADA GENERASI Z
SURABAYA DI ERA KONVERGENSI MEDIA**

SKRIPSI

Maksud: Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 pada Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga

Disusun oleh

GANJAR NDARU AJI

NIM : 071911533109

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SEMESTER GENAP 2022/2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

**Pola Konsumsi *Suara Surabaya Media* pada Generasi Z Surabayadi Era
Konvergensi Media**

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan telah disetujui untuk diujikan

Dosen Pembimbing



Yuyun Wahyu Izzati S. S.Sos. MA., Ph.D.
NIP. 197108051997022001

HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi ini telah diujikan dan disahkan dihadapan Komisi Penguji

Program Studi Ilmu Komunikasi
Departemen Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Airlangga

Pada Hari : Jumat
Tanggal : 16 Juni 2023
Pukul : 13.30 - 15.30

Komisi Penguji terdiri dari

Ketua Penguji



Titik Puji Rahayu, S.Sos., M.Comms., Ph.D.

NIP. 197911222003122001

Anggota 1



Irfan Wahyudi, S. Sos., M.Comms., Ph.D

NIP. 198110302014041001

Anggota 2



Yuvun Wahyu Izzati S, S.Sos, MA., Ph.D.

NIP. 197108051997022001

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “**Pola Konsumsi *Suara Surabaya Media* pada Generasi Z Surabaya di Era Konvergensi Media**” sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi S1 Ilmu Komunikasi di Universitas Airlangga. Melalui kesempatan ini peneliti hendak menyampaikan ucapan terima kasih atas seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi secara moral, ilmu, serta materiil dalam penyelesaian skripsi ini.

1. **Prof. Dr. Mohammad Nasih, SE., MT., Ak.**, selaku Rektor Universitas Airlangga serta **Prof. Dr. Bagong Suyanto, Drs., M.Si.**, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga.
2. **Titik Puji Rahayu, S.Sos., M.Comm., Ph.D.**, selaku Ketua Departemen Komunikasi Universitas Airlangga sekaligus dosen pembimbing penulis yang telah memberikan masukan, arahan, serta waktu selama penyusunan skripsi penulis hingga selesai.
3. **Yuyun Wahyu Izzati S, S.Sos., MA., Ph.D.**, selaku Dosen wali serta Dosen pembimbing skripsi yang telah mendampingi penulis selama masa studi di Ilmu Komunikasi Universitas Airlangga.
4. Seluruh Dosen Departemen Ilmu Komunikasi beserta staf yang telah membantu penulis selama menjalani bangku perkuliahan.

5. Teruntuk Ayah, Ibu, Mas Gilang, Mas Gagas, Mbak Dewi, Mbak Manda, Andaru, Anaya serta anggota keluarga lainnya, terima kasih atas dukungannya serta suka duka yang telah dialami selama ini
6. Teruntuk Nadia Selsa Prayitno, terima kasih banyak atas seluruh pengorbanan yang telah diberikan, maaf karena penulis selalu merajuk saat pembuatan skripsi ini.
7. Teruntuk seluruh sahabat *Sobat PDI*, Depkom, Cak Percil, Pak Puh Diki, Koko Kencret, Bogeng, dan Julpen yang turut serta memberikan kesuksesan pada skripsi ini. Semoga kita bisa bertemu kembali untuk melakukan *tour* ke pemakaman wali songo
8. Teruntuk sahabat *croudfansite band*. Pak Imung, Pak Ihun, Pak Asa, dan Ibu Phara terimakasih telah memahami peneliti sebagai entitas yang bimbang terkait semua hal. Semoga *croud* tetap jaya serta abadi seperti *taglinenya*. *Long Live The King and stay hydrated*.
9. Teruntuk Staff Warkop titik kumpul serta Warkop Sobat Kopi. terimakasih telah memberikan sarana dan prasarana dalam menunjang pengerjaan skripsi ini

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang pola konsumsi *Suara Surabaya Media* pada generasi Z Surabaya di era konvergensi media dengan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif menggunakan metode fenomenologi untuk menjawab permasalahan bagaimana pola generasi Z dalam mengonsumsi *Suara Surabaya Media* di era konvergensi. Konsep yang digunakan untuk membahas penelitian dengan model struktural penggunaan media yang dikembangkan oleh Weibull dan Jenkins tentang konvergensi media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola konsumsi *Suara Surabaya* pada generasi Z di era konvergensi berbeda dengan pola konsumsi generasi sebelumnya, interaktifnya dengan penyiar tidak hanya melalui media audio tetapi juga dengan media sosial (*instagram dan twitter*), preferensi kondisi lalu lintas jalan menjadi tujuan utama. Konvergensi media yang dilakukan *radio Suara Surabaya* dengan memanfaatkan teknologi digital merupakan kunci penting dalam mengelola khalayak pendengar khususnya generasi Z.

Kata kunci: *Suara Surabaya Media*, generasi Z, pola konsumsi, konvergensi media

ABSTRACT

This study discusses the consumption pattern of Suara Surabaya Media in generation Z Surabaya in the era of media convergence with a descriptive qualitative research approach using phenomenological methods to answer the problem of how the pattern of generation Z in consuming Suara Surabaya Media in the convergence era. The concept used to discuss research with the structural model of media use developed by Weibull and Jenkins regarding media convergence. The results of the study show that the consumption pattern of Suara Surabaya in generation Z in the convergence era is different from the consumption pattern of the previous generation, interactive with broadcasters not only through audio media but also with social media (Instagram and Twitter), preference for road traffic conditions is the main goal. Media convergence carried out by Suara Surabaya radio by utilizing digital technology is an important key in managing listeners, especially generation Z.

Keywords: *Suara Surabaya Media, Z generation, consumption pattern, media convergence*

BALIK RENE

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4.1 Manfaat Akademis	17
1.4.2 Manfaat Praktis	17
1.5 Tinjauan Pustaka	18
1.5.1 Penelitian Terdahulu	18
1.5.1.1 Perilaku Mendengarkan Radio Masyarakat Ponorogo di Era New Media.....	18
1.5.1.2. Peran Radio sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan di Era Revolusi Industri 4.0 (Kajian Perilaku Bermedia pada Generasi Z di Kota Bandung)	19
1.5.2 Pola Perilaku Konsumsi Radio.....	20
1.5.3. Radio sebagai Media Massa.....	23
1.5.4 Generasi Z dan Karakter Penggunaan Media.....	33
1.5.5 Konvergensi Media dan Tumbuhnya Audiens Aktif	36
1.5.6 <i>Computer-Mediated Communication (CMC)</i> dan Interaktivitas.....	41
1.6 Metodologi	43
1.6.1 Pendekatan dan Fokus Penelitian.....	43
1.6.2 Tipe Penelitian	44
1.6.3 Metode Penelitian.....	44
1.6.4 Syarat Informan.....	45
1.6.5 Objek Penelitian	47

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data.....	47
1.6.7 Teknik Analisis Data.....	47
BAB II: GAMBARAN UMUM.....	49
2.1 Sejarah Radio Suara Surabaya	49
2.2 Konvergensi yang dilakukan Radio Suara Surabaya	52
2.2.1 Sarana Komunikasi Radio Suara Surabaya.....	56
2.2.1.1 Situs suarasurabaya.net	56
2.2.1.2 Aplikasi Suara Surabaya Mobile.....	57
2.2.1.3 Facebook	58
2.2.1.4 Twitter	58
2.2.1.5 Instagram.....	60
2.2.1.6 Youtube	60
BAB III: ANALISIS DATA	62
3.1 Profil Informan.....	63
3.2 Kebiasaan (Habit) Mendengarkan Siaran <i>Radio Suara Surabaya</i>	64
3.2.1 Frekuensi dan Durasi Mendengarkan <i>Radio Suara Surabaya</i> : dalam Minggu dan Jam.....	65
3.2.2 Preferensi Konsumsi <i>Radio Suara Surabaya</i> dalam Mendapatkan Informasi Lalu Lintas	70
3.2.3 Preferensi Konsumsi <i>Radio Suara Surabaya</i> dalam Mendapatkan Hiburan Lagu	79
3.3 Interaktivitas dan Konvergensi	81
3.3.1 Aktivitas Interaksi dengan <i>Suara Surabaya Media</i>	81
3.3.2 Media Sosial <i>Suara Surabaya Media</i>	89
3.4 Karakter Audiens Generasi Z Surabaya dalam Konsumsi Radio Suara Surabaya.....	93
BAB IV: PENUTUP.....	99
4.1 Kesimpulan	99
4.2 Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN 1: PEDOMAN WAWANCARA.....	108
LAMPIRAN 2: TRANSKRIP WAWANCARA.....	110
TURNITIN.....	137

DAFTAR TABEL

TABEL I.1 Sifat Fisik Jenis Media	26
TABEL III.1 Latar Belakang Informan	63
TABEL III.2 Frekuensi dan Durasi Dalam Mendengarkan.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 <i>News Headline</i> terkait Berita pada Program Muda Luar Biasa	12
Gambar I.2 Infografis Hasil Survei Penetrasi Pengguna Internet	14
Gambar I.3 Model Struktural Penggunaan Media Weibull.....	21
Gambar I.4 Skema Saluran Informasi	23
Gambar I.5 Model Komunikasi Joseph Dominick.....	29
Gambar I.6 Pembagian Generasi Berdasarkan Tahun Kelahirannya	34
Gambar II.1 Layanan <i>Radio on demand</i> PODSS.....	53
Gambar II.2 Layanan Radio Visual	54
Gambar II.3 Tampilan <i>Home</i> Situs <i>suarasurabaya.net</i>	56
Gambar II.4 Tampilan Aplikasi <i>Suara Surabaya Mobile</i>	57
Gambar II.5 Unggahan Berita di Media Sosial <i>Facebook</i> E100.....	58
Gambar II.6 <i>Tweet</i> Kondisi Lalu Lintas dari Pengikut	59
Gambar II.7 Tampilan Media Sosial <i>Instagram</i> @suarasurabayamedia	60
Gambar II.8 Tampilan Media Sosial <i>Youtube</i> Suara Surabaya.....	60
Gambar III.1 Data Interaksi Pendengar Melalui Twitter @e100ss	86
Gambar III.2 Kondisi Lalu Lintas dari Informan 5 (Rafif).....	91
Gambar III.3 Frekuensi Akses Media Berdasarkan Jenis	95