

BAB I

PENDAHULUAN

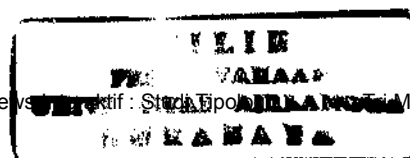
I.1. Latar Belakang Masalah

Khalayak media merupakan salah satu mata rantai dalam proses komunikasi massa. Denis McQuail mengartikan khalayak atau audiens sebagai sekumpulan orang yang menjadi pembaca, pendengar, pemirsa berbagai media atau komponen isinya¹. Steven Totosy de Zepetnek mendefinisikan khalayak sebagai individual atau kumpulan individu yang mengkonsumsi produk media massa, *“audience is defined as an individual's or a group of persons' cerebral and/or sensory and/or tactile intake/reception and/or perception of a culture product and/or products of communicative action(s)”*². Media massa menurut Totosy, *“media is defined as the tools and venues of communication via which a culture product or products is/are assembled, processed, disseminated, and consumed (e.g., printed matter, television, film, radio, theater, etc.)”*.

Komunikasi massa menurut Charles R. Wright, merupakan bagian dari komunikasi sosial yang didalamnya terdapat sifat khalayak, sifat dan bentuk komunikasi, serta sifat komunikatornya. Dalam konsep O'Sullivan, komunikasi massa diartikan sebagai produk hiburan dan informasi untuk khalayak yang tidak mengetahui tentang suatu hal. Komunikasi massa berjalan dengan dukungan keuangan perusahaan, produksi industri, aturan negara, maupun audio dan media

¹ Denis McQuail, 1987, Terjemahan Teori Komunikasi Massa, Jakarta, Erlangga, h. 201

² Steven Totosy de Zepetnek <http://clwebjournal.lib.purdue.edu/totosycv.html>, diakses 29 Juni 2006



penyiaran³. Jika Harold Lasswell menyatakan komunikasi adalah *who say what in what channel to whom with what effect*⁴, maka khalayak media dikatakan sebagai penerima (*receiver*), *decoder* atau *interpreter* pesan-pesan komunikasi yang disampaikan oleh media massa yang merupakan pengirim (*sender*), *encoder* atau *communicator*.

Sudah menjadi karakteristiknya, komunikasi massa melibatkan khalayak secara langsung maupun tidak langsung, menjangkau khalayak secara luas karena sifatnya yang massal dan meraih khalayak sebanyak mungkin⁵. Pentingnya peran khalayak dalam komunikasi massa, mengundang keingintahuan yang lebih mendalam tentang khalayak karena itu banyak riset dilakukan tentang khalayak. Riset khalayak merupakan bentuk pertama riset pasar, yang dilakukan di negara-negara maju sejak tahun 1930. Seperti di Amerika, riset khalayak dilakukan untuk mengetahui berapa banyak orang yang akan mendengarkan suatu iklan tertentu. Di Selandia Baru tahun 1932 riset khalayak dilakukan dengan menyebarkan kuesioner berbentuk kartu pos, dikirim pada rumah tangga untuk menanyakan jenis pesawat apa yang digunakan untuk mendengarkan siaran radio⁶. Charles R Wright menyatakan, selama beberapa dasawarsa belakangan ini banyak penelitian telah dilakukan dalam bidang analisis khalayak. Penelitian itu meliputi studi mengenai karakteristik demografis dan sosial khalayak media tertentu, tumpang tindih antara khalayak media, sifat penggemar dan bukan penggemar, penggunaan media oleh individu dan kepuasan yang diperoleh dari media, dan perilaku

³ Sutaryo, 2005, Sosiologi Komunikasi, Yogyakarta, Arti Bumi Intaran, h. 111

⁴ Deddy Mulyana, 2004, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Bandung, Remaja Rosdakarya, h. 62

⁵ William L. Rivers, Jay W. Jensen, Theodore Peterson, 2003, Media Massa Dan Masyarakat Modern, Edisi Kedua, Jakarta, Prenada Media, h. 19

⁶ Dennis List, 2001, Memahami Khalayak Anda terjemahan Know Your Audience : A Guide To Audience Research, Jakarta, UNESCO, British Embassy Indonesia dan Jaring Line, h. 3

komunikasi yang selektif dari orang-orang dengan latar belakang sosial yang sama dan yang berbeda⁷. Berbagai data dalam penelitian tentang khalayak telah banyak dikumpulkan. Penelitian itu memberikan gambaran statistik mengenai khalayak, misalnya perbandingan antara pria dan wanita, komposisi usia, distribusi pendidikan, tingkat pendapatan, katagori pekerjaan dan sebagainya. Pada hal lain, penelitian itu memberikan data tentang terpaan media massa individu dari berbagai katagori sosial. Menurut Robert K. Merton, katagori seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pendapatan juga berkaitan dengan sebagian status utama dan struktur sosial⁸. Merton menyatakan, umumnya khalayak berbagai media massa berbeda dalam karakteristik sosialnya dibanding ciri-ciri kepribadiannya.

Riset khalayak dipercaya sebagai sumber informasi untuk melayani pendengar yang terus berkembang. Informasi itu juga membantu pihak manajemen mengalokasikan sumber dayanya dengan lebih baik lagi dalam melayani publik. Bagaimana radio dapat mengetahui jumlah, kualitas dan karakteristik pendengarnya? Sejauh ini, hanya riset khalayak yang mampu menjawab permasalahan demikian secara lebih terukur. Riset khalayak berperan sebagai umpan balik pendengar, selain 'etalase' yang memungkinkan pengiklan melihat-lihat dan menimbang-nimbang apakah pendengar radio "xyz" bisa dijadikan calon konsumen mereka⁹. Endang Sari menyatakan, riset khalayak adalah upaya untuk mencari data tentang khalayak sebagai pengguna media. Riset tentang khalayak biasanya dilakukan untuk mengidentifikasi profil khalayak

⁷ Sutaryo, *op.cit.*, h.141

⁸ *Ibid.*

⁹ Yunita Mandolang, *Buruk Radio Riset Dibelah*, <http://jakarta.unesco.or.id/localrad/BAHASA/IMAGES/ARTICLES/riset.htm>, diakses 19 April 2006

(*audience profile*), terpaan media (*media exposure*), peringkat khalayak (*audience rating*) dan efek komunikasi bermedia¹⁰. Menurut McQuail riset khalayak media mempunyai tujuan¹¹:

(1) *Accounting for sales (bookkeeping)*. (2) *Measuring actual and potensial reach for purposes of advertising*. (3) *Manipulating and channeling audience choice behavior*. (4) *Looking for audience market opportunities*. (5) *Product testing and improving communication effectiveness*. (6) *Meeting responsibilities to serve an audience*. (7) *Evaluating media performance in a number of ways (e.g., to test allegations of harmful effects)*.

Riset tentang khalayak radio juga cukup banyak dilakukan. Frank Bell mengatakan, bila pengelola radio tidak mengetahui kekuatan dan kelemahan dari radionya sendiri dan pesaing utamanya, tidak mempunyai pegangan terhadap selera pasar, juga tidak merasa yakin apa yang bisa dilakukan bila esok muncul pesaing baru, berarti pengelola radio itu sama saja dengan terbang dengan mata tertutup¹². Penelitian tentang radio yang pernah dilakukan di Indonesia, diantaranya Nielsen Media Research (NMR) yang mengeluarkan hasil survei terhadap kebiasaan mendengarkan radio serta profil pendengarnya. Survei yang disampaikan *Senior Manager Business Development* NMR Hellen Katherina itu telah dilakukan sejak 1999 dan biasa disebut *Radio Audience Measurement (RAM)*¹³. Hasil survei itu mengungkapkan tentang khalayak pendengar radio didasarkan usia dan penghasilannya yang dikaitkan dengan kesukaan mendengar radio dan program acaranya.

Pada perkembangannya, penelitian tentang khalayak media massa tidak

¹⁰Elvinaro Ardianto, Lukia Komala Erdinaya, 2004, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung, Simbiosis Rekatama Media, h. 163

¹¹Denis McQuail, 2000, *Mass Communication Theory*, London, SAGE Publication Ltd., h. 365

¹²Yunita Mandolang, op.cit.

¹³<http://www.mediaindo.co.id/cetak/berita.asp?id=2004062700125627>, diakses 27 Jun 2004

hanya bersifat kuantitatif, tapi juga kualitatif. Dalam penelitian khalayak yang bersifat kualitatif, khalayak media massa memiliki konstruksi sendiri mengenai realitas, tidak tergantung pada realitas yang dimaknai oleh media massa. Bahkan kadang-kadang realitas yang dikonstruksi oleh khalayak media itu berbeda dari apa yang dimaknai media, terutama pada pemaknaan teks. Penelitian kualitatif pada khalayak media, seperti yang dilakukan David Morley. Morley berpendapat bahwa khalayak media massa memiliki pemaknaan tersendiri tentang pesan yang disampaikan media. Pemaknaan khalayak itu dibentuk oleh formasi dan praktek budaya¹⁴. Dalam penelitian tentang *The 'Nationwide' Audience* Morley mengambil langkah signifikan dengan *cultural studies* yang banyak berkonsentrasi pada teks. Penelitian ini mengungkapkan tentang interpretasi individual khalayak televisi tentang program yang disajikan. Hal ini nampak dari sistematika pemikiran individual khalayak yang berhubungan dengan latar belakang sosial budayanya. Penelitian *cultural studies* seperti dinyatakan Douglas Kellner¹⁵:

Cultural studies is interested in how subcultural groups and individuals resist dominant forms of culture and identity, creating their own style and identities. Cultural studies shows how media culture articulates the dominant values, political ideologies, and social developments and novelties of the era. It conceives of U.S. culture and society as a contested terrain with various groups and ideologies struggling for dominance. Television, film, music, and other popular cultural forms are thus often liberal or conservative, or occasionally express more radical or oppositional views.

¹⁴Alison Oatey, *The Strengths and Limitations of Interviews as A Research Technique for Studying Television Viewers*, <http://www.aber.ac.uk/media/Students/aeo9702.html>, diakses 7 Mei 2006

¹⁵Douglas Kellner, <http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/papers/SAGEEcs.htm>, diakses tanggal 29 Juni 2006

Umumnya riset kuantitatif maupun kualitatif tentang khalayak dilakukan untuk beberapa alasan, diantaranya membantu membuat keputusan, memahami khalayak menunjukkan bukti pada pihak luar, dan menyiapkan bahan program. Riset khalayak bisa dijadikan data yang melandasi sebuah keputusan, karena data dalam riset khalayak berisi apa yang menjadi keinginan khalayak, apa yang mereka butuhkan maupun alasan-alasan khalayak menginginkan sesuatu. Hal ini akan memperkaya pemahaman sebuah media massa tentang khalayaknya. Jika media massa mengetahui keinginan khalayaknya akan mudah menetapkan program yang disajikan pada khalayak dan sangat besar kemungkinan program itu disukai karena sesuai dengan keinginan khalayak.

Riset-riset tentang khalayak menjadi kebutuhan yang tidak terhindarkan, mengingat masyarakat selaku konsumen media saat ini telah bergerak memasuki 'proses konsumsi informasi mandiri'¹⁶. Yaitu proses yang memungkinkan masyarakat selaku konsumen informasi merancang, menentukan dan memilih sendiri informasi yang mereka perlukan. Dalam mengkonsumsi informasi secara mandiri, masyarakat dikatakan memanfaatkan media massa yang ada, baik cetak maupun elektronik, untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Hal ini terjadi seiring pertumbuhan media massa yang cukup pesat ditambah keingintahuan masyarakat pada suatu kejadian yang ada di sekitar mereka maupun di bagian dunia lainnya. Masyarakat yang mengakses informasi secara mandiri juga dicirikan dengan memanfaatkan media massa untuk mengakses informasi yang terkait dengan kebijakan pemerintah yang akan berdampak baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap mereka.

¹⁶ Errol Jonathans, 2000, *Politik Dan Radio*, Jerman, Friedrich Naumann Stiftung, h. 33

Informasi seakan sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari masyarakat, karena khalayak media menjadi aktif mencari berbagai sumber untuk mendapatkan informasi yang mereka inginkan. Menurut Ted Bolton direktur *Bolton Reaserch Corporation* dan penerbit *Radio Trends*¹⁷, dibandingkan keadaan 20 tahun lalu telah terjadi pergeseran yang mencolok pada pola ketergantungan masyarakat terhadap media. Menurut Bolton, 20 tahun lalu masyarakat masih sangat tergantung pada informasi yang disajikan media, tapi sekarang ada kecenderungan masyarakat secara aktif mengakses informasi yang mereka butuhkan dari berbagai media.

Masyarakat sebagai khalayak media, secara sadar memilih dan termotivasi untuk memanfaatkan media massa sebagai upaya penyelesaian masalahnya. Khalayak media sesungguhnya dapat melukiskan pengalaman media mereka dalam artian fungsional sebagai pemecah masalah atau pemenuhan kebutuhan. Fungsi media bagi khalayak, menurut McQuail adalah untuk memenuhi kebutuhan atas informasi yaitu untuk¹⁸ :

- mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia.
- mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.
- memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum.
- belajar, pendidikan diri sendiri.
- memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan

Penggunaan media massa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi, bisa berlaku secara berbeda¹⁹. Usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan,

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Denis McQuail, 1992, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Terjemahan, Jakarta, Erlangga. h. 72

¹⁹ William L Rivers, Jay W. Jensen, Theodore Peterson, op.cit, h. 313

status sosio-ekonomi dan sebagainya mempengaruhi alasan orang menggunakan media massa. Faktor lain, seperti sikap individual, aspirasi maupun harapan juga mempengaruhi pemanfaatan media oleh individu. Jika dikaitkan dengan kebutuhan akan informasi, maka media memenuhinya dengan segmentasi acara. Dengan riset-riset khalayak, bisa ditemukan acara yang dibutuhkan didasarkan pada pengelompokan individual.

Radio menjadi satu diantara media massa yang bisa memuaskan kebutuhan masyarakat akan informasi. Menurut Douglas Kellner, radio merupakan salah satu produk *media culture*²⁰:

Radio, television, film, and the other products of media culture provide materials out of which we forge our very identities; our sense of selfhood; our notion of what it means to be male or female; our sense of class, of ethnicity and race, of nationality, of sexuality; and of "us" and "them." Media images help shape our view of the world and our deepest values: what we consider good or bad, positive or negative, moral or evil. Media stories provide the symbols, myths, and resources through which we constitute a common culture and through the appropriation of which we insert ourselves into this culture. Media spectacles demonstrate who has power and who is powerless, who is allowed to exercise force and violence, and who is not. They dramatize and legitimate the power of the forces that be and show the powerless that they must stay in their places or be oppressed.

Sebagai produk *media culture*, dalam perkembangannya radio tidak hanya menjadi media hiburan masyarakat. Radio juga bisa memberdayakan masyarakat dengan memberikan suguhan informasi yang aktual dan bisa mecerdaskan pendengarnya. Masyarakat bisa mendapatkan informasi yang dapat menambah pengetahuannya tentang berbagai hal, sehingga memberi kemudahan untuk menyelesaikan masalah, atau sekedar menambah referensi pengetahuan yang dimiliki. Radio tidak lagi hanya menjadi media hiburan, tapi juga rujukan

²⁰ Douglas Kellner, op.cit

informasi. Perkembangan kejadian yang cepat berubah, sangat mungkin segera diketahui masyarakat melalui siaran radio. Ketika arus informasi semakin cepat bergulir, keberadaan radio menjadi kebutuhan. Hal ini sesuai dengan konsep *radio for society*²¹, yaitu sebagai media yang menyampaikan informasi dari satu pihak pada pihak yang lain, sarana mobilisasi pendapat publik yang bisa mempengaruhi kebijakan, tempat bertemunya berbagai pendapat yang berbeda untuk mencari solusi bersama, dan sarana untuk mengikat kebersamaan. Bagi masyarakat, keberadaan radio yang menyajikan berita bisa membantu menjadi media pendorong perubahan sosial dan meningkatnya sikap kritis masyarakat. Perubahan ini menggeser budaya dengar masyarakat yang semula pasif menjadi aktif, yang sebelumnya *entertainment minded* menjadi *information minded*²².

Radio menyajikan informasi secara cepat sehingga terjaga aktualitasnya. Disiarkan secara serempak pada waktu yang sama di berbagai tempat. Bahkan bisnis radio disebut-sebut sebagai 'bisnis detik'. Menurut Errol Jonathans²³, radio disebut bisnis detik karena mampu melakukan siaran pada menit yang sama. Sehingga tabu jika informasi di radio ditunda-tunda karena itu harus segera disiarkan. Karena informasi yang bergulir cepat, pada masa reformasi, radio menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan pers. Hal ini sesuai dengan fungsi sosial radio, sebagai media informasi, pendidikan dan hiburan. Fungsi radio sebagai media pemberi informasi, diartikan Denis McQuail²⁴ sebagai penyedia informasi tentang peristiwa dan kondisi dalam masyarakat dan dunia,

²¹ Masduki, 2001, *Jurnalistik Radio*, Yogyakarta, LKIS, h. 3-5

²² Ibid.

²³ Errol Jonathans, *op.cit.*, h. 40

²⁴ Denis McQuail, 2000, *Mass Communication Theory*, Edisi ke empat, London, Sage Publication, h. 79

menunjukkan hubungan kekuasaan dan memudahkan inovasi, adaptasi dan kemajuan. Sementara menurut William L. Rivers²⁵, media penyiaran dalam hal ini radio dan televisi, mempunyai peran sebagai penyampai dan penafsir informasi. Artinya media penyiaran seperti radio dan televisi, unggul dalam penyampaian berita secara dini dan dilengkapi dengan ulasan penjelas informasi tersebut. Radio dan televisi juga menjadi penafsir informasi, karena karakteristik media penyiaran hanya menampilkan hal yang pokok-pokok saja dari informasi yang diperoleh. Mengingat radio dan televisi mempunyai keterbatasan waktu siaran, sehingga informasi yang diperoleh ditafsirkan dengan menyimpulkan hal-hal yang pokok menurut media.

Satu diantara radio yang sejak awal menetapkan format siaran sebagai radio berita adalah Radio Suara Surabaya. Radio Suara Surabaya merupakan radio pertama di Indonesia²⁶ yang sejak awal kelahirannya tahun 1983, secara sadar menerapkan format radio news atau informasi dengan motto “FM News dan Musik Hit”. Tahun 1995 dikembangkan konsep interaktif dengan motto *news – interaktif – solutif*. Dengan format *news*, Radio Suara Surabaya menetapkan segmen pendengarnya yaitu masyarakat yang dewasa, intelektual, peduli dan berkepribadian. Komoditi pemberitaan dalam siaran Radio Suara Surabaya bersifat *local news* yang berwawasan global. Tahun 1995, Radio Suara Surabaya mengembangkan jurnalisme interaktif dengan strategi *open format*, yang mempengaruhi bentuk program siaran keseluruhan menjadi satu *core program* acara kelana kota.

²⁵ William L Rivers, Jay W. Jensen, Theodore Peterson, *op.cit*, h. 228

²⁶ History Radio Suara Surabaya, <http://www.kampungmedia.com/>, diakses 19 April 2006

Radio Suara Surabaya menerapkan konsep jurnalisme interaktif dalam 24 jam siarannya. Disebut jurnalisme interaktif karena dalam siaran Radio Suara Surabaya mengandung unsur-unsur yang disyaratkan dalam jurnalistik. Pendengar menelepon bukan untuk *request* lagu atau menjawab kuis tapi pendengar menjadi pelaku informasi, meski tidak semua pendengar membawa informasi karena kadang beropini. Ketika pendengar melaporkan pada Radio Suara Surabaya tentang kejadian-kejadian yang nampak di depan mata pendengar hal inilah disebut jurnalisme. Interaktif karena pola komunikasinya dilakukan dengan interaksi antara pendengar dengan penyiar radio. Semula pola komunikasi yang terjadi adalah *one way* tapi kemudian menjadi multi arah. Meski secara riil sebenarnya hanya pola komunikasi dua arah. Dalam hal ini pendengar bukan lagi hanya sebagai penikmat informasi tapi sudah menjadi pelaku informasi.

Dengan konsep jurnalisme interaktif, Radio Suara Surabaya bisa menghimpun informasi tentang berbagai hal yang diperoleh langsung dari tempat kejadian. Itu bisa terwujud karena pemberi informasi adalah pendengar yang berada di lokasi kejadian, dan langsung melihat dan melaporkan kejadian itu ke Radio Suara Surabaya. Tidak jarang, korban suatu kejadian melaporkan sendiri peristiwa yang dialaminya, sehingga pendengar lainnya dapat memperoleh gambaran yang aktual dan akurat, langsung dari nara sumbernya. Siaran interaktif juga digunakan untuk beropini dan mengkritik tentang masalah-masalah kota maupun kritik terhadap kebijakan pemerintah. Dari opini-opini tersebut, dikonfirmasi pada nara sumber untuk mengudara dan menjelaskan masalah yang dihadapi pendengar dan mengupayakan cara-cara penyelesaiannya.

Konsep interaktif yang ada di Radio Suara Surabaya, berbeda dengan konsep interaktif di radio lainnya. Itu karena pendengar dilibatkan secara aktif untuk menjadi pemberi informasi sekaligus pemberi opini terhadap permasalahan yang ada. Berbeda dengan radio lain yang menggunakan konsep interaktif untuk *request* lagu atau berikirim salam. Berbeda pula dengan konsep radio berita lainnya yang menjadikan pendengar sebagai pemberi informasi tapi tidak dilibatkan untuk memberi opini, kritik maupun wacana-wacana solutif untuk menyelesaikan masalah. Konsep jurnalisme interaktif di Radio Suara Surabaya semakin berkembang, ketika jangkauan siarnya meluas tidak hanya bersifat regional tapi juga nasional melalui satelit, dan menjangkau secara internasional melalui internet. Konsep interaktif pun meluas tidak hanya dari pendengar yang ada di Surabaya dan sekitarnya, tapi juga pendengar yang ada di seluruh Indonesia bahkan mancanegara. Konsep interaktif yang diterapkan di Radio Suara Surabaya menarik perhatian masyarakat tidak sekedar untuk mendengar dan memberikan informasi tapi juga ikut terlibat dalam diskusi-diskusi tentang suatu permasalahan. Pendapat yang disampaikan pendengar pun beragam sesuai kedalaman pengetahuan pendengar tentang suatu masalah dan kepentingannya.

Hal inilah yang membuat khalayak Radio Suara Surabaya berbeda dengan khalayak radio lainnya. Ketika awal menerapkan konsep interaktif, Radio Suara Surabaya sudah 'mendidik' pendengarnya untuk menyampaikan fakta secara benar, beropini dengan alasan yang bisa diterima, dan menghargai pendapat orang lain²⁷. Selain itu ada *gate keeper* yang memberikan pengarahan pada pendengar sebelum mengudara. Sehingga ketika tampil di udara, pendengar dapat

²⁷ Wawancara dengan Errol Jonathans, Direktur Operasional Radio Suara Surabaya, 19 Oktober 2005

menyampaikan berita yang faktual, dan penyampaian opini yang tidak melanggar etika. Dengan demikian, kebohongan atau kepentingan-kepentingan tertentu dari pendengar yang mengudara, seminimal mungkin bisa ditekan.

Keragaman pendengar dalam interaktivitasnya dengan Radio Suara Surabaya menarik minat peneliti untuk melakukan riset khalayak, terutama untuk mengetahui bagaimana tipologi pendengar. Hal itu karena setiap individu pendengar Radio Suara Surabaya mempunyai karakteristik yang berbeda-beda ketika mengudara dan mempunyai cara pandang yang berbeda tentang suatu masalah, maupun pendapat yang berbeda-beda tentang pendengar-pendengar yang mengudara di Radio Suara Surabaya. Ada pendengar yang mempunyai gaya bicara *ceplas-ceplos*, ada pendengar kritis, ada pula pendengar yang memberi solusi ketika berpendapat tentang suatu masalah. Pendengar mempunyai tipologi yang berbeda ketika mengudara di Radio Suara Surabaya karena memiliki latar belakang masing-masing. Pendengar Radio Suara Surabaya sifatnya heterogen, sehingga pendengar memiliki pemaknaan yang berbeda-beda ketika menerima informasi yang disajikan dalam siaran interaktif maupun ketika memberikan pendapatnya. Khalayak pendengar mempunyai *filter* untuk menyaring informasi yang ada di Radio Suara Surabaya. *Filter* itu dipengaruhi kondisi budaya dan psikologikal²⁸. Artinya, pesan yang disampaikan Radio Suara Surabaya sebagai komunikator bisa diartikan berbeda-beda oleh pendengar sesuai dengan latar belakang budaya yang dimiliki. Secara psikologikal, pesan yang disampaikan Radio Suara Surabaya bisa diartikan pendengar sebagai ruang lingkup pandangan (*frame of reference*) dan ruang lingkup pengalaman (*field of experience*).

²⁸ Elvinaro Ardianto, Lukia Komala Erdinaya, *op.cit.*, h. 41

Sebenarnya penelitian tentang khalayak, pernah dilakukan di Radio Suara Surabaya. Diantaranya tesis tentang Analisis Perbedaan Preferensi Pendengar Radio Suara Surabaya-FM Terhadap Jenis Beritanya. Studi itu dilakukan untuk mengetahui apakah ada perbedaan yang signifikan dari preferensi Pendengar Radio Suara Surabaya-FM yang dibedakan menurut segmentasi demografis dan segmentasi situasi penggunaan terhadap enam jenis berita yang disiarkan di Radio Suara Surabaya²⁹. Studi khalayak Radio Suara Surabaya yang lain, tesis tentang Motivasi-motivasi Pendengar Dalam Partisipasi Interaktifnya di Program Kelana Kota Radio Suara Surabaya FM Stereo. Studi itu mengungkapkan motivasi-motivasi pendengar secara bersama-sama mempengaruhi partisipasi interaktif pendengar program kelana kota Radio Suara Surabaya FM stereo dengan pengaruh dominannya adalah motivasi *attribution*, dimana motivasi tersebut mampu menarik konsumen untuk selalu berpartisipasi interaktif dalam program kelana kota Radio Suara Surabaya FM stereo³⁰. Penelitian lainnya yang pernah dilakukan tentang Pengaruh Kebutuhan Menelepon Interaktif Terhadap Kepuasan Penelepon Radio Suara Surabaya FM. Tesis itu memfokuskan pada perilaku menelepon interaktif pada Radio Suara Surabaya FM. Dalam penelitian tersebut diasumsikan bahwa setiap tindak komunikasi mempunyai tujuan, karena itu ada alasan dan tujuan pendengar menelepon secara interaktif. Disimpulkan dari penelitian itu, perilaku pendengar menelepon, merupakan perwujudan dari

²⁹ Djoko Wahjono Tjahjo, 2001, Tesis Analisis Perbedaan Preferensi Pendengar Radio Suara Surabaya-FM Terhadap Jenis Beritanya, Surabaya, Pasca Sarjana Universitas Airlangga, h. abstraksi

³⁰ Timmy Tjondro, 1998, Motivasi-motivasi Pendengar Dalam Partisipasi Interaktifnya di Program Kelana Kota Radio Suara Surabaya FM Stereo, Surabaya, Program Pasca Sarjana Universitas Surabaya, h. 56

jurnalisme interaktif dimana pendengar Radio Suara Surabaya menjadi reporter lepas yang memberikan laporan secara interaktif³¹.

Penelitian-penelitian tentang khalayak yang pernah dilakukan di Radio Suara Surabaya semua bersifat kuantitatif. Yaitu penelitian yang cenderung menekankan pada pentingnya hasil-hasil yang bersifat statistik. Metode statistik digunakan untuk melihat hubungan antar variabel dan menampilkannya dalam bentuk angka. Metode kuantitatif menganalisis sampel dari hasil observasi untuk mempelajari dan membandingkan sumber-sumber varian fenomena, untuk membantu pembuatan keputusan menerima atau menolak hubungan antar fenomena yang dihipotesakan dan untuk membantu dalam membuat kesimpulan yang bisa dipercaya dari observasi empiris³².

Penelitian tentang tipologi pendengar radio news interaktif ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya tentang khalayak, yang pernah dilakukan sebelumnya di Radio Suara Surabaya. Penelitian tentang tipologi pendengar sifatnya kualitatif, yaitu berusaha memahami fenomena-fenomena dalam keseluruhannya untuk mengembangkan pemahaman yang utuh tentang pendengar Radio Suara Surabaya. Penelitian kualitatif ini dilakukan dengan observasi yang spesifik tentang karakter pendengar Radio Suara Surabaya yang berinteraksi dengan siaran Radio Suara Surabaya.

Dalam penelitian kualitatif tentang tipologi pendengar radio *news* interaktif, menggunakan metode fenomenologi, dimana peneliti ingin menggali pengalaman pendengar Radio Suara Surabaya dalam aktivitasnya mendengarkan

³¹ Danang Tandyonomanu, 2002, Tesis Pengaruh Kebutuhan Menelepon Interaktif Terhadap Kepuasan Penelepon Radio Suara Surabaya FM, Bandung, Program Pasca Sarjana Universitas Padjadjaran, h. iii

³² Hartono, 2003, *Bagaimana Menulis Tesis?* Malang, UMM Press, h. 79

siaran yang berformat berita dan kegiatan interaktifnya ketika menyampaikan informasi maupun berpendapat secara *on air* dalam siaran interaktif. Penelitian tidak hanya dilakukan pada pendengar yang melakukan interaksi dengan Radio Suara Surabaya misalnya melalui telepon, surat atau sms, tapi juga pendengar yang hanya mendengarkan siaran interaktif Radio Suara Surabaya dan tidak melakukan kegiatan interaktif (*silent audience*).

Untuk menemukan deskripsi yang kuat tentang pengalaman pendengar dengan tingkat interaksinya dengan Radio Suara Surabaya, peneliti menggunakan wawancara mendalam (*in depth interview*). Dengan wawancara mendalam, peneliti mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang pendengar Radio Suara Surabaya dan menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi di sekitarnya, sehingga bisa diketahui pendengar ingin selalu mendengarkan dan berinteraksi dengan Radio Suarabaya Surabaya, situasi yang sedang dialami, serta latar belakang yang dimiliki pendengar. Hal-hal seperti ini yang tidak bisa ditemukan melalui observasi maupun *focus group discussion*. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi (*phenomenological approach*) yaitu menjielaskan tentang pengalaman-pengalaman pendengar Radio Suara Surabaya selama mendengarkan siaran radio yang berformat *news* interaktif, termasuk pola interaksi yang dilakukan dengan Radio Suara Surabaya.

I.2. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah, dalam penelitian ini dirumuskan pertanyaan sebagai berikut, bagaimana tipologi pendengar radio siaran news interaktif di Radio Suara Surabaya?

I.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan mendapatkan berbagai pengalaman (*story of life*) pendengar Radio Suara Surabaya melalui narasi-narasi yang terungkap tentang siaran news interaktif Radio Suara Surabaya. Dari pengalaman pendengar tersebut dikelompokkan dalam tipologi-tipologi tertentu.

I.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini, diantaranya :

Secara teoritis

Hasil penelitian diharapkan mengembangkan teori-teori tentang khalayak media massa, khususnya media radio dengan tipologi-tipologi pendengarnya. Pengayaan teori itu didapatkan dengan penemuan fenomena-fenomena baru dari hasil wawancara dengan pendengar. Sebagaimana komunikasi massa, khalayak pun mengalami perkembangan dan evolusi. Perkembangan dan evolusi khalayak bisa menjadi wacana baru dalam bahasan tentang khalayak media massa, khususnya khalayak radio.

Secara praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai preskripsi, rekomendasi atau sesuatu yang dapat digunakan dan diterapkan di dunia praktis, khususnya Radio Suara Surabaya, maupun institusi media komunikasi lainnya. Dari penelitian ini ditemukan karakter pendengar Radio Suara Surabaya dan tipologinya. Untuk mencapai tujuan itu, ada beberapa tahapan yang ditempuh. Pertama, mengetahui apa yang diinginkan khalayak, kedua, memberikan apa yang mereka inginkan dan ketiga, menyampaikan pada khalayak bahwa apa yang mereka inginkan sudah

diberikan³³. Jika mengetahui gambaran yang jelas tentang pendengar, akan memudahkan manajemen Radio Suara Surabaya memperlakukan pendengarnya sebagai aset dan potensi siaran interaktif. Bentuk perlakuan itu bisa melalui program siaran interaktif di Radio Suara Surabaya secara *on air* maupun melalui kegiatan-kegiatan *off air*, sehingga semua program tersebut tepat sasaran sesuai harapan pendengar.



³³ Roger Wimmer, *An Introduction to Mass Media Research*, <http://www.rogerwimmer.com/wrmediaresearch.htm>, diakses tanggal 21 Maret 2006

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

II.1. Hubungan Khalayak dan Media

Dalam komunikasi massa, terdapat hubungan fungsional media dengan masyarakat sebagai khalayak konsumen media. Hedebro Goran menyatakan "*the mass media can create a climate or change by inducing new values, attitudes, and modes of behavior favorable to modernization*"³⁴. Media massa seperti halnya radio menurut Goran bisa menciptakan iklim atau kondisi bagi terjadinya perubahan-perubahan dengan cara membujuk tanpa paksaan terhadap nilai-nilai dan sikap serta ragam perilaku yang semua itu mengarah sebagai penunjang modernisasi. Di sisi lain Goran juga berpendapat "*communication can rise levels of aspiration which can intum act as incentives for action*"³⁵. Goran menyatakan, komunikasi bisa meningkatkan pola aspirasi seseorang yang bisa mendorong seseorang untuk melakukan tindakan-tindakan nyata. Seperti para pendengar Radio Suara Surabaya, ketika berpendapat di udara menyampaikan aspirasinya, menuntut pendengar itu untuk bersikap seperti apa yang dikatakan di udara. Hal itu juga bisa menginspirasi pendengar lainnya untuk bersikap sama. Misalnya pendengar yang berpendapat tentang etika berkendara di jalan tol, dilarang mendahului dari bahu jalan. Pendengar tersebut bisa terdorong untuk tidak melanggar aturan itu, sekaligus membuat pendengar yang lain supaya melakukan hal yang sama. Dalam hubungan komunikasi massa dengan masyarakat, Goran juga mempunyai pendapat lain sebagai berikut "*communication can make people*

³⁴ Sutaryo, op.cit., h. 17

³⁵ Ibid., h. 18

more prone to participate in decision making in society"³⁶. Menurut Goran, komunikasi bisa mendorong orang untuk ikut serta mengambil bagian atau berpartisipasi dalam pembuatan keputusan di masyarakat.

Pendapat Goran mempunyai kesamaan dengan Wilbur Schramm yang menyatakan bahwa media memiliki tiga fungsi dalam komunikasinya dengan khalayak, yaitu sebagai pemberi informasi, pembuat keputusan, dan pendidik. Informasi yang diberikan oleh media tidak sekedar memberikan pengetahuan atau wawasan baru bagi masyarakat, tapi juga menjadi rujukan dalam mengambil keputusan. Informasi itu sekaligus mendidik masyarakat supaya berperilaku yang benar dalam berbagai aktivitasnya.

II.1.1. Konsep Tentang Khalayak Media

Khalayak media menurut Denis McQuail merupakan sekumpulan orang yang menjadi pembaca, pendengar pemirsa berbagai media atau komponen isinya. Dalam konsep tentang khalayak McQuail menyebutkan³⁷ :

1. Khalayak sebagai penonton, pembaca, pendengar dan pemirsa.

Dalam konsep ini khalayak difokuskan pada jumlah total orang yang dapat dijangkau oleh 'satuan isi' media tertentu dan jumlah orang yang dalam karakteristik demografi tertentu. Pada prakteknya konsep ini lebih mengarah pada kuantitatif saja. Clause menunjukkan beberapa kerumitan membedakan kadar keikutsertaan dan keterlibatan khalayak. Pertama, khalayak menerima tawaran komunikasi tertentu. Kedua, khalayak menerima hal-hal yang ditawarkan media dengan kadar yang berbeda-beda. Ketiga, khalayak menerima isi media dan

³⁶ Ibid.. h. 19

³⁷ McQuail, Teori Komunikasi Massa, op.cit., h. 203-205

'mengendapkan' hal-hal yang ditawarkan dan diterima. Elliot mengkritisi pembatasan konsep khalayak hanya sebagai sekumpulan penonton, karena jika hanya mendasarkan pada kuantitas atau jumlah penonton, maka sebenarnya makin kecil perhatian terhadap komunikasi yang real. Bahkan menurut Elliot, jika hanya memperhitungkan jumlah penonton, sama sekali tidak layak disebut komunikasi massa.

2. Khalayak sebagai massa

Konsep khalayak sebagai massa, berbeda dengan konsep *mass* dalam pengertian ilmu sosial, yang diartikan sebagai kelompok, kerumunan atau publik. Menurut Herbert Blumer³⁸, kelompok diartikan bahwa semua anggotanya mengetahui dan berinteraksi satu dengan lainnya dengan batasan sosial dan psikologi tertentu. Sedangkan kerumunan diartikan sebagai unit yang lebih besar dari kelompok yang sifatnya lebih leluasa tapi terbatas dan sifatnya sementara. Blummer menyebut kerumunan, yaitu *a non cultural group, so likewise is it a non moral group*. Sedangkan publik menurut Blummer adalah produk dari kondisi modern, khususnya ketika melihatnya sebagai elemen dari institusi politik demokratis. Konsep khalayak menurut Herbert Blumer, berbeda dengan konsep kelompok, kerumunan atau publik. Blummer menyatakan konsep khalayak sebagai berikut³⁹ :

First, its membership may come from all walks of life, and from all distinguishable social strata; it may include people of different class position, of different vocation, of different cultural attainment, and of different wealth. Secondly, the mass is an anonymous group, or more exactly is composed of anonymous individuals. Blumer means anonymous in the sense that unlike the

³⁸ Dennis McQuail, 1997, Audience Analysis, USA, Sage Publication, h. 6

³⁹ Steve Baker, Media Studies, <http://www.northallertoncoll.org.uk/media/audience.htm>, diakses 21 Maret 2006

citizens of earlier communities, the people who are members of the mass audience for the media do not know each other. Third, there exists little interaction or change of experience between members of the mass. They are usually physically separated from one another, and, being anonymous, do not have the opportunity to mill as do members of the crowd. Fourth, the mass is very loosely organised and is not able to act with the concertedness or unity of a crowd.

Dari pengertian tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa khalayak memiliki keanggotaan dari seluruh lapisan masyarakat, dari berbagai strata sosial. Dalam khalayak tersebut ada interaksi dimana dari hasil interaksi itu akan melakukan perubahan antar anggota massa. Pada umumnya khalayak secara fisik terpisah dari satu sama lain dan menjadi tanpa nama. Khalayak dengan bebas mengorganisir dan tidaklah mampu bertindak dengan merencanakan seperti dalam kesatuan suatu kerumunan.

3. Khalayak sebagai publik atau kelompok sosial

Dewey mendefinisikan khalayak sebagai pengelompokan orang-orang yang secara politis terwujud sebagai unit sosial melalui pengakuan bersama atas suatu masalah bersama yang perlu diselesaikan⁴⁰. Pengelompokan khalayak semacam ini memerlukan sarana komunikasi untuk pengembangan dan kesinambungannya. Tapi menurut Mills, media massa sudah berkembang sedemikian rupa untuk mengelak dari pembentukan publik⁴¹. McQuail menyatakan, ada tiga bukti tentang khalayak yang berciri publik⁴², yaitu publik yang mengetahui yang merupakan bagian dari khalayak yang paling aktif dalam kehidupan politik dan sosial serta memiliki banyak sumber informasi dari berbagai golongan masyarakat. Kedua, khalayak yang menjadi anggota atau

⁴⁰ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, op.cit., h. 204

⁴¹ Ibid.

⁴² Ibid.

pendukung partai tertentu yang memiliki hubungan politik dengan kelompok kepemimpinan. Ketiga, khalayak yang terdapat dalam publikasi lokal. Dalam hal ini khalayak merupakan anggota yang paling aktif dari komunitas yang ada sebelumnya sebagai kelompok sosial. Singkatnya, khalayak dipandang sebagai publik apabila memiliki kesadaran diri tertentu yang memungkinkan adanya interaksi secara internal untuk mempengaruhi proses komunikasi.

4. Khalayak sebagai pasar

Produk media merupakan komoditi atau jasa yang ditawarkan untuk dijual pada konsumen tertentu yang potensial. Khalayak sebagai pasar merupakan sekumpulan calon konsumen dengan profil sosial ekonomi yang diketahui sebagai sasaran suatu medium atau pesan. Khalayak sebagai pasar menyangkut upaya produsen pesan mempertemukan produk media dengan kebutuhan dan minat khalayak. Cara pandang khalayak sebagai pasar, menurut McQuail memiliki sejumlah kosekuensi⁴³, yang pertama adalah merinci hubungan antara media dengan khalayaknya sebagai hubungan konsumen-produsen, yang bersifat kalkulatif. Ini berbeda dengan cara pandang khalayak sebagai publik yang menekankan pada hubungan moral atau sosial. Kedua, cara pandang khalayak sebagai pasar kurang menekankan hubungan sosial khalayak yang bersifat intern, yaitu sekumpulan individu dan konsumen yang sederajat dan berbagi ciri demografi atau budaya tertentu. Pendekatan hubungan sosial dengan studi khalayak dan relevansi 'kepemimpinan opini' dengan keputusan konsumsi telah memodifikasi konsep 'pemikiran pasar' ini, tapi sebageian besar konsep khalayak seperti ini masih tetap dianut. Ketiga, karakter khalayak yang paling relevan

⁴³ Ibid. h. 205

dengan cara berpikir adalah sosial ekonominya dan stratifikasi sosial khalayak telah menuntut perhatian yang tidak semestinya. Keempat, dari perspektif pasar, fakta yang penting tentang khalayak adalah perhatian mereka yang terungkap dalam tindakan pilihan pemirsa atau pendengar.

II.1.2. Prinsip-prinsip Umum Khalayak Media

Dari berbagai penelitian tentang khalayak, William L. Rivers, Jay W. Jensen, Theodore Peterson merangkum prinsip-prinsip umum perilaku komunikasi yang dilakukan khalayak⁴⁴:

1. Prinsip semua atau tidak sama sekali

Paul Lazarsfeld dan Patricia Kendall memperkenalkan prinsip ini. Maksud dari prinsip ini, seseorang yang senang dengan suatu media biasanya akan menyukai jenis media yang lain. Sedangkan seseorang yang tidak menyukai suatu jenis media biasanya juga tidak menyukai jenis media lainnya. Setiap orang merupakan khalayak dari beberapa media sekaligus. Lazarsfeld dan Merton juga menyatakan bahwa umumnya seseorang merasa tidak puas hanya dengan satu jenis media saja⁴⁵. Seseorang yang ingin mengetahui lebih jauh tentang sesuatu akan mencari informasi lebih lanjut dari media lain.

2. Prinsip pendidikan

Berbagai studi menyimpulkan, bahwa secara umum orang yang berpendidikan banyak menggunakan media meskipun ada variasi untuk media tertentu. Walaupun demikian tingkat pendidikan ternyata tidak banyak berhubungan dengan pemilihan media elektronik atau media siaran.

⁴⁴ William L Rivers, Jay W. Jensen, Theodore Peterson, op.cit, h. 306-308

⁴⁵ Ibid.

3. Prinsip ekonomi

Dalam prinsip ekonomi yang menyertai khalayak memilih media yaitu semakin tinggi penghasilan seseorang akan semakin tinggi tingkat penggunaan mediana. Tapi prinsip ini hanya berlaku untuk media cetak dan tidak tera untuk media elektronik. Kebiasaan membaca koran meningkat seiring kenaikan jumlah pendapatan termasuk perhatian terhadap berita-berita tentang masalah sosial, politik, ekonomi, dan tajak rencana. Kecenderungan mereka yang berpenghasilan tinggi membaca majalah jauh lebih besar dibanding mereka yang berpenghasilan rendah.

4. Prinsip usia

Semakin tinggi usia seseorang makin besar kecenderungannya menggunakan media atau hal-hal yang serius, bukan sekedar hiburan. Para pembaca yang usianya lebih lanjut punya kecenderungan jauh lebih besar dari pada pembaca muda untuk menyimak surat-surat pembaca di koran atau liputan tentang masalah-masalah sosial. Jangkauan sejauh mana seseorang menggunakan media tampaknya tidak dipengaruhi oleh umur. Kecenderungan umumnya adalah, semakin bertambah usia seseorang, minatnya terhadap media cenderung berkurang. Khalayak mempunyai alasan tersendiri dalam pemilihan media. Seperti dinyatakan Wilbur Schramm yang mengajukan dua alasan mengapa orang memilih suatu media tertentu⁴⁶:

1. Prinsip kemudahan

Artinya pendengar, pembaca atau pemirsa suatu media paling mudah diperolehnya. Mendasarkan pada prinsip George Zipf⁴⁷, bahwa manusia memang

⁴⁶ Ibid. h. 311-312

⁴⁷ Ibid.

cenderung memilih yang gampang-gampang saja, hal ini pun diterapkan dalam pemilihan media. Selama media tersedia, khalayak akan memilih yang paling mudah dijangkau, ini dibuktikan dengan kesukaan orang menonton televisi dari pada keluar rumah menonton bioskop. Biaya juga termasuk dalam prinsip ini. Selain itu, waktu juga menjadi bahan pertimbangan. Schramm juga menyatakan bahwa peran, kebiasaan, dan tradisi juga mempengaruhi pemilihan media⁴⁸. Perilaku komunikasi juga merupakan bagian dari perilaku sosial, sehingga pemilihan media pun dipengaruhi oleh kebiasaan-kebiasaan sosial.

2. Prinsip harapan imbalan

Schramm menjelaskan bahwa prinsip ini berarti bahwa orang-orangan memilih media yang menurut harapannya akan memberikan imbalan yang besar⁴⁹. Ada dua imbalan yang dimaksud Schramm, yaitu imbalan yang diterima secara langsung dan imbalan yang sifatnya tertunda. Misalnya jika seseorang senang membaca artikel maka ia memperoleh imbalan secara langsung. Tapi jika seseorang membaca artikel kriminal yang itu berdampak meningkatkan kewaspadaannya, imbalan itu termasuk imbalan yang tertunda.

Dalam beberapa penelitian, khalayak menggunakan media massa untuk kepentingan pengetahuan (*cognition*), hiburan (*diversion*), kepentingan sosial (*social utility*)⁵⁰. Kepentingan pengetahuan yaitu menggunakan media massa untuk memperoleh informasi tentang sesuatu. Kognisi yang dimiliki individu ini sekaligus menjadi fungsi pengawasan (*surveillance function*) bagi media. Hiburan (*diversion*) merupakan kebutuhan khalayak yang bisa dipenuhi dengan *stimulation*

⁴⁸ Ibid.

⁴⁹ Ibid.

⁵⁰ Elvinaro Ardianto, Lukia Komala Erdinaya, op.cit., h. 28-29

untuk mengurangi kebosanan dan melepaskan diri dari kegiatan rutin, *relaxation* bersantai sebagai pelarian dari tekanan masalah, dan *emotional release* untuk melepaskan emosi dari perasaan dan energi yang terpendam. Khalayak menggunakan media massa untuk kepentingan sosial (*social utility*), yang merupakan identifikasi penetapan integrasi sosial, mencakup kebutuhan untuk memperkuat hubungan dengan keluarga, teman dan masyarakat. Media bisa menjadi sarana integrasi sosial dimana di dalamnya terdapat diskusi tentang masalah-masalah sosial.

II.1.2. Khalayak Aktif Dan Khalayak Pasif

Dalam teori tentang khalayak, McQuail menyebut tentang khalayak aktif dan khalayak pasif. Khalayak aktif menurut McQuail apabila khalayak dapat melukiskan pengalaman media mereka dalam artian fungsional untuk memecahkan masalah atau memenuhi kebutuhan. Khalayak secara aktif menolak upaya mempengaruhi dan memiliki hubungan ‘transaksi’ timbal balik dengan sumber media⁵¹. Sedangkan konsep khalayak pasif menurut McQuail karena khalayak dianggap tidak mampu melakukan aksi kolektif, dimana kelompok sosial lainnya mampu memberikan pemaknaan untuk mencapai suatu tujuan dan mengambil bagian dalam aktivitas pemakaian media.

Dari sisi khalayak sendiri, W. Philips Davidson berpendapat khalayak bukanlah penerima yang pasif⁵². Artinya tidak dapat dianggap seperti seongkah tanah liat yang bisa dibentuk oleh jago propaganda. Khalayak terdiri dari individu-individu yang menuntut sesuatu dari proses komunikasi yang menerpa

⁵¹ Denis McQuail, Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar, op.cit., h. 217-218

⁵² Jalaluddin Rakhmat, op.cit., h. 203

mereka. Dengan kata lain mereka harus memperoleh sesuatu dari manipulator jika manipulator itu ingin memperoleh sesuatu dari mereka. Dari titik ini terjadi proses tawar menawar. Dan khalayak mampu membuat proses tawar menawar yang berat. Raymond A. Bauer juga mengkritik potret khalayak sebagai robot yang pasif. Bauer bahkan menyebut khalayak ada yang kepala batu (*obstinate audience*) yang baru mengikuti pesan ketika pesan itu menguntungkan mereka. Komunikasi ini tidak lagi bersifat linier (dengan peran komunikator yang dominan) tapi sudah menjadi sebuah transaksi. “*Each gives in order to get.*”

Frank Biocca dalam artikelnya yang berjudul “*Opposing Conceptions of the Audience : The Active and Passive Hemispheres of Communication Theory*” mengungkapkan tentang perdebatan khalayak aktif versus khalayak pasif⁵³. Dalam artikel tersebut Biocca mendefinisikan khalayak aktif dengan ciri-ciri sebagai berikut :

1. Karakteristik selektifitas (*selectivity*). Khalayak aktif dianggap selektif dalam proses konsumsi media yang mereka pilih untuk digunakan. Mereka tidak asal-asalan dalam mengkonsumsi media, namun didasari alasan dan tujuan tertentu.
2. Karakteristik kedua adalah utilitarianisme (*utilitarianism*) di mana khalayak aktif dikatakan mengkonsumsi media dalam rangka suatu kepentingan untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan tertentu yang mereka miliki.
3. Karakteristik yang ketiga adalah intensionalitas (*intentionality*), yang mengandung makna penggunaan secara sengaja dari isi media.

⁵³ Fajar Junaedi, Khalayak Aktif versus Khalayak Pasif, <http://www.sosiologikomunikasi.blogspot.com/>, diakses 19 April 2006

4. Karakteristik yang keempat adalah keikutsertaan (*involvement*), atau usaha. Maksudnya khalayak secara aktif berfikir mengenai alasan mereka dalam mengonsumsi media.
5. Khalayak aktif dipercaya sebagai komunitas yang tahan dalam menghadapi pengaruh media (*impervious to influence*), atau tidak mudah dibujuk oleh media itu sendiri.

Khalayak yang lebih terdidik (*educated people*) cenderung menjadi bagian dari khalayak aktif, karena mereka lebih bisa memilih media yang mereka konsumsi sesuai kebutuhan mereka dibandingkan khalayak yang tidak terdidik. Sejalan dengan hal itu, Stuart Hall menyatakan tentang tiga tipe khalayak aktif yaitu *preferred* atau *dominant reading*, *alternative* atau *negotiated meaning*, dan *oppositional decoding*⁵⁴. Pertama, *preferred* atau *dominant reading*, yaitu ketika khalayak menyetujui pesan yang diciptakan komunikator. Dalam teori kritikal, Stuart Hall berargumentasi bahwa *preferred* atau *dominant reading* banyak diterapkan media untuk menguatkan posisi status quo, tapi meskipun demikian masih memungkinkan bagi khalayak untuk membuat interpretasi alternatif. Yang kedua, adalah *alternative* atau *negotiated meaning*. Dalam hal ini terjadi tawar menawar informasi yang diberikan media. Khalayak bisa tidak setuju dalam menginterpretasi beberapa aspek dalam teks, sehingga memunculkan alternatif atau negosiasi makna yang berbeda. Ketiga, dalam beberapa kasus, khalayak bisa mengembangkan interpretasi yang secara langsung menjadi oposisi dari informasi yang diberikan media atau pembacaan dominan. Hal itu disebut *oppositional decoding*.

⁵⁴ Stanley J. Baran dan Dennis K. Davis, 2003, *Mass Communication Theory*, Canada, Wadsworth, h. 270

Katariina Lyytikainen dalam sebuah artikelnya tentang *Mass Communication*⁵⁵, membagi publik komunikasi massa menjadi dua bagian, yaitu *a passive receiver* yang disebut sebagai *an audience* dan *an active participant* yang disebut *the public*. *An audience* merupakan khalayak pendengar atau pemirsa dimana mereka hanya mereaksi apa yang mereka lihat atau mereka dengar dari media. Tapi mereka tidak secara aktif mengambil bagian dalam diskusi. Sedangkan *the public* adalah kelompok yang secara aktif membentuk isu-isu penting dan mengambil bagian dalam isu-isu yang dilontarkan.

Radio Suara Surabaya membagi khalayak aktif dan pasif didasarkan pada intensitas kegiatannya berinteraksi dengan Radio Suara Surabaya. Errol Jonathans Direktur Operasional Radio Suara Surabaya mengatakan, pendengar aktif adalah pendengar yang memberikan informasi, solusi maupun beropini dalam siaran interaktif. Interaktif pendengar bisa dilakukan dengan telepon dan sms. Sedangkan pendengar pasif adalah pendengar yang tidak melakukan kegiatan interaktif dengan siaran Radio Suara Surabaya tapi hanya mendengarkan siarannya saja⁵⁶. Dalam penelitian ini definisi tentang khalayak media dikatakan aktif dan pasif diserahkan pada pendengar yang menjadi subyek penelitian. Aktif dan pasifnya khalayak dalam penelitian ini mendasarkan pada interaktifitas yang dilakukan dengan siaran news interaktif Radio Suara Surabaya. Adapun peneliti berkeyakinan, khalayak berdasarkan ruang lingkup pandangan (*frame of reference*) dan ruang lingkup pengalaman (*field of experience*), memiliki

⁵⁵ Katariina Lyytikainen, *Mass Communication*, [http://www.media.hut.fi/~as75120/2003/english material/final/MassCommunication.pdf](http://www.media.hut.fi/~as75120/2003/english_material/final/MassCommunication.pdf), diakses 19 April 2006

⁵⁶ Wawancara dengan Errol Jonathans, Direktur Operasional Radio Suara Surabaya, 19 Oktober 2005

interpretasi masing-masing untuk memaknai kegiatan mendengarkan dan interaktifnya dengan siaran news interaktif di Radio Suara Surabaya.

II.3. Khalayak Radio

Khalayak media radio atau yang biasa disebut dengan pendengar, memiliki kekhasan dibanding khalayak media lainnya, seperti surat kabar, majalah, televisi, maupun internet. Mike Finnegan, seorang broadcaster, penulis *Bringing "Personality" to Audio Journal*, menilai, bagi pendengarnya radio merupakan *one-on-one medium*, artinya bagi pendengar, radio itu merupakan komunikasi orang per orang yaitu antara penyiar dengan pendengar itu sendiri. Radio juga bisa menciptakan *theater of the mind* yang ini tidak cukup digambarkan oleh televisi. Selain itu menurut Finnegan, radio juga bisa menjadi sahabat bagi pendengarnya⁵⁷. Ini bisa dirasakan ketika penyiar radio menyapa pendengarnya dengan kata-kata “Selamat pagi, apa kabar anda hari ini?”, “Apa yang sedang anda lakukan? Semoga semua baik-baik saja.” Prabhakar Mundkur seorang broadcaster menyatakan “*radio is here to stay and the people who understand it best will win. When they say it on TV, they're saying it to everybody, whereas when I hear it on the radio they're saying it more to me personally.*”⁵⁸

Errol Jonathans menyatakan, khalayak radio sebagai pendengar mempunyai karakteristik khusus diantaranya karena memiliki kedekatan dengan media radio. Kedekatan itu terdiri dari dua aspek yaitu dekat secara fisik

⁵⁷ Mike Finnegan, *Bringing "Personality" to Audio Journal*, <http://www.audiojournal.net/tips.htm>, diakses 28 Februari 2006

⁵⁸ Prabhakar Mundkur, *Radio - the companion medium*, <http://www.agencyfaqs.com/media/opinion/mundkur.html>, diakses 28 Februari 2006

(geografis) dan dekat secara emosional (psikografis)⁵⁹. Kedekatan fisik diartikan Jonathans, sebagai kedekatan dalam kewilayahan fisik. Pendengar mendengarkan radio karena informasi yang diberikan dekat dengan kewilayahan mereka berada. Misalnya berita-berita lokal yang tempat peristiwanya tidak jauh dari wilayah tinggal khalayak pendengar. Sehingga pendengar merasa akrab dengan lokasi kejadian dan merasakan peristiwa itu ada di sekitarnya. Sedangkan kedekatan radio secara emosional bagi pendengarnya karena *interest* atau daya tarik minat dan kepedulian. Sehingga meskipun berita itu jauh secara fisik tapi pendengar merasakan kedekatan dengan berita yang disiarkan radio. Menurut Jonathans, itu disebabkan karena persamaan dan solidaritas dalam kepercayaan, kebudayaan, kesukuan dan ras, kesamaan profesi, kesamaan minat dan kesamaan kepentingan dan perhatian.

Radio dalam konsep media massa sebagai mediasi hubungan sosial, menjadi institusi penyelenggara produksi, reproduksi dan distribusi pengetahuan dalam rangkaian simbol yang mengandung acuan bermakna tentang pengalaman dalam kehidupan sosial. Radio juga penghubung atau mediasi antara khalayak sebagai penerima pesan dengan bagian pengalaman lainnya di luar khalayak. Dalam fungsi tersebut, radio menjadi mediasi pengirim dan penerima pesan. Dalam proses komunikasi yang terjadi di media radio, terjadi interaksi dalam bentuk umpan balik (*feedback*)⁶⁰. Umpan balik itu merupakan bentuk khas dari pesan. Umpan balik bisa datang dari dua arah, dari diri sendiri (*self feedback*) maupun dari orang lain. Pada media radio, umpan balik bisa diperoleh dari

⁵⁹ Errol Jonathans, op.cit. h. 60-61

⁶⁰ Heru P. Winarso, 2004, *Sosiologi Komunikasi Massa*, Malang, Kominef Press, h. 11

internal personil radio maupun pendengar yang mendengarkan siaran radio. Bentuk umpan balik bisa dilakukan dengan memberi masukan maupun kritik.

Konsep interaktif berlaku dalam operasionalisasi radio yang dikenal sebagai media tradisional. Bentuk interaksi yang dimungkinkan dilakukan antar khalayak di radio diantaranya surat pendengar pada redaksi, talkshow, dan partisipasi pendengar dalam program-program yang tersedia. Radio memiliki keunggulan dalam pola interaktif dibanding media massa lainnya. Itu karena karakter radio yang khusus⁶¹ :

a. Segera dan cepat

Peristiwa-peristiwa yang dilaporkan atau opini harus segera dilakukan untuk mencapai aktualitas berita, sehingga tercapai kepuasan pendengar dengan mengoptimalkan sifat kesegeraannya.

b. Faktual

Informasi yang ada di radio merupakan hasil liputan peristiwa atau opini segar yang diperoleh dari wawancara langsung, sehingga terjaga akurasinya sesuai fakta, karena nara sumber langsung berbicara secara *on air*, sehingga kecil kemungkinan ada penyimpangan terhadap isi berita.

c. Lokal

Radio memenuhi fungsinya sebagai alat komunikasi antar individu pendengar dengan masyarakat di sekitarnya. Efektivitas informasi yang disampaikan sangat tergantung pada aspek kedekatan atau lokalitasnya dengan pendengar secara geografis maupun psikologis, serta keterlibatan aktif pendengar secara emosional dalam interaktif.

⁶¹ Masduki, op.cit., h. 12-14

d. Personal

Komunikasi informasi di radio berlangsung seperti orang yang sedang bercerita atau memperbincangkan sesuatu dengan orang-orang lain. Prosesnya memberikan kesan bahwa penyiar sedang berbicara dengan pendengar sehingga akrab di telinga.

e. Fokus dan anti detil

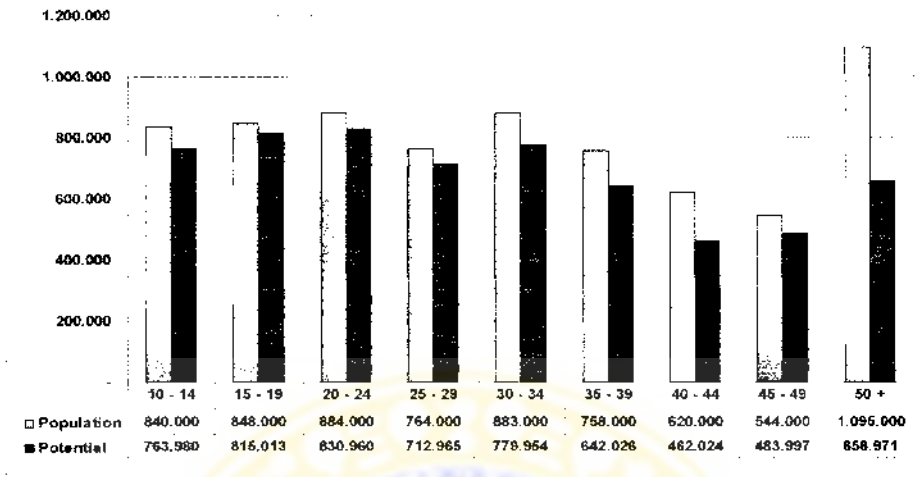
Kemampuan pendengar untuk mengingat suatu rincian informasi sangat terbatas. Karena tidak bisa didokumentasikan, informasi di radio bersifat *updating* yang memungkinkan terjadi pengulangan untuk mencapai kejelasan .

f. Fleksibel

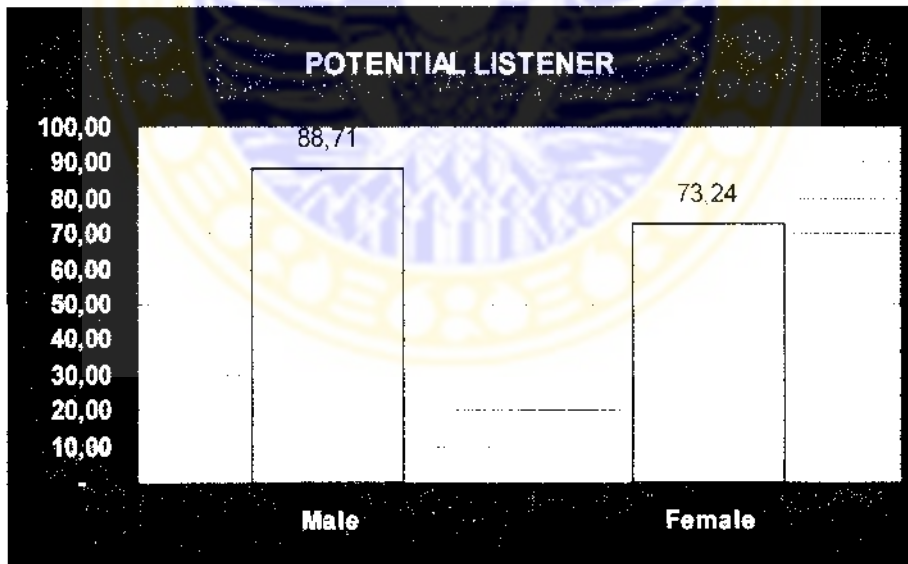
Cara menyampaikan berita di radio sangat fleksibel. Dengan perkembangan teknologi komunikasi telepon dan seluler, dengan cepat informasi disampaikan dari berbagai tempat dan seketika itu juga.

Data tentang populasi dan persaingan radio memperebutkan jumlah pendengar di Surabaya, digambarkan AC Nielsen dalam survei tahun 2004:

**Nielsen Media Research
Population & Potential Listeners 2004-W4
Surabaya Greater**



Sedangkan pendengar potensial di Surabaya didasarkan jenis kelamin, hasil riset AC Nielsen 2004, digambarkan sebagai berikut :



Di Surabaya, dengan jumlah penduduk 2,8 juta jiwa⁶² hanya dilayani oleh 29 radio siaran swasta dan Radio Republik Indonesia⁶³. Jumlah itu menunjukkan ketidakseimbangan antara target khalayak maupun efektifitas program dengan pemenuhan kebutuhan khalayak pendengar. Karena itu diberlakukan segmentasi khalayak pendengar yang isi siaran radio didasarkan pada apa yang diinginkan khalayak. Pada perkembangannya, radio menuju pada model media yang melibatkan partisipasi pendengarnya, karena itu khalayak diberi kesempatan untuk berpartisipasi tampil dalam materi siaran melalui diskusi interaktif.

II.4. Radio News Interaktif

II.4.1. News

Berita radio bisa diartikan sebagai sajian laporan berupa fakta dan opini yang mempunyai nilai berita, penting, menarik, disiarkan melalui radio secara berkala⁶⁴. Berita radio sekaligus menjawab persoalan apa yang sedang terjadi dan bagaimana peristiwa itu berlangsung. Menurut Masduki, karakter berita di radio bersifat segera dan cepat, aktual dan faktual, penting bagi masyarakat luas, relevan dan berdampak luas. Selain itu berita radio juga harus memenuhi syarat, bersifat lokal emosional, personal, selintas, fokus dan anti detil, imajinatif, dan fleksibel. Berita radio dapat dibagi menjadi tiga⁶⁵ :

1. *Hard news*, yaitu berita aktual yang baru saja terjadi atau laporan langsung saat peristiwa tersebut terjadi. Hardnews bertutur tentang konflik yang menyentuh emosi tinggi seperti berita peperangan, kerusuhan, pergantian dan mendadak seorang tokoh publik.

⁶² Data Dinas Pendaftaran Kependudukan dan Catatan Sipil Pemkot Surabaya, tahun 2005

⁶³ Data Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) Jawa Timur, tahun 2006

⁶⁴ Masduki, op.cit., h. 10

⁶⁵ Ibid., h. 15

2. *Soft news*, yaitu berita lanjutan yang lebih bersifat laporan peristiwa tanpa terikat waktu, lebih menekankan pada aspek *human interest*, perilaku dan tempat-tempat yang bisa mempengaruhi banyak orang. *Soft news* dapat berisi berita peristiwa rutin seperti informasi pembangunan, seminar, ritual budaya, pelantikan pejabat.
3. *Indept news*, yaitu berita mendalam, lebih dari sekedar paparan fakta permukaan, biasanya dikemas dalam format *features*, tapi bisa pula dalam berita sisipan, dengan syarat penekanan isinya terletak pada proses pendalaman kasus atau tinjauan aspek lain suatu peristiwa

Konsep *news* didefinisikan Paul de Maessenner dalam buku *Here's The News Unesco Associate-Expert* adalah sebuah informasi yang baru (*new*) tentang suatu peristiwa yang penting dan menarik perhatian serta minat khalayak pendengar. Konsep lain tentang *news* dikemukakan Mitchel V. Charnley dalam buku *Reporting*, *news* adalah laporan tentang fakta atau opini yang menarik perhatian dan penting, yang dibutuhkan sekelompok masyarakat. Charnley dan James M. Neal menyatakan, berita adalah laporan tentang suatu peristiwa, opini, kecenderungan, situasi, kondisi, interpretasi yang penting, menarik, masih baru dan harus secepatnya disampaikan pada khalayak⁶⁶.

Errol Jonathans merumuskan pengertian berita yang harus memenuhi kriteria aktual di dalamnya terdapat unsur kebaruan yang belum diketahui khalayak dan disebarluaskan oleh media massa, faktual berdasarkan faktanya, penting karena berita harus memiliki nilai berita (*news value*) yang memenuhi kepentingan masyarakat atau tidak punya arti sama sekali, dan berdampak yang artinya berita tersebut membuat khalayak lebih paham, mengerti, mampu mengambil sikap atau tindakan maupun dalam bentuk respon lainnya⁶⁷. Errol

⁶⁶ Errol Jonathans, *op.cit.*, h. 68-69

⁶⁷ *Ibid.*, h. 69

Jonathans juga menyimpulkan 8 konsep berita radio yaitu sebagai laporan tercepat, sebagai rekaman, fakta obyektif, insterpretasi (*news behind the news*), sebagai sensasi, minat insani, ramalan, dan gambar. Kriteria berita radio menurut Errol Jonathans, baru dan hangat, memiliki arti bagi khalayak pendengar, melayani kebutuhan khalayak, dan berkaitan dengan kepentingan khalayak⁶⁸.

Radio bisa menyampaikan berita dengan cepat dibanding media massa lainnya, karena mempunyai proses produksi yang pendek, tidak serumit media elektronik lain seperti televisi yang membutuhkan peralatan pemancar, maupun media cetak yang membutuhkan mesin. Menurut Errol Jonathans, karena keunggulannya dalam kecepatan, membuat jurnalisme radio merupakan yang terdepan dalam mendistribusikan informasinya. Perkembangan teknologi telekomunikasi seperti telepon seluler dan satelit semakin memudahkan radio menampilkan keunggulannya dalam kecepatan menyiarkan berita⁶⁹. Tapi meski unggul dalam kecepatan, radio memiliki kelemahan dalam produksi berita yang hanya selintas. Itu karena radio hanya menampilkan karakter suara. Artinya suara akan lenyap dalam sekejap setelah mengudara, berbeda dengan media cetak yang terdokumentasi dengan baik. Karena karakteristik siaran radio yang hanya muncul selintas, menurut Errol Jonathans, radio dikenal sebagai medium yang wajib melakukan pengulangan-pengulangan dalam siarannya agar pendengar semakin jelas memahami materi yang disiarkan⁷⁰.

⁶⁸ Ibid., h. 72-74

⁶⁹ Errol Jonathans, op.cit., h. 40

⁷⁰ Ibid., h. 39

II.4.2. Interaktif

Interaktif diasumsikan sebagai komunikasi yang natural dalam bentuk *face to face conversation*⁷¹. Komunikasi secara interaktif biasanya dilakukan ketika subyek-subyek yang saling berkomunikasi itu bertemu dan melakukan perbincangan. Dalam perbincangan interaktif antar subyek terjadi dialog dua arah, diskusi maupun perdebatan. Satu sama lain dari pihak-pihak yang berinteraksi terlibat dalam kegiatan penyampaian dan penerimaan pesan secara bergantian. Definisi tentang interaktivitas tidak berhenti pada *face to face conversation* tapi terus berkembang dalam ranah komunikasi. Sheizaf Rafaeli mendefinisikan interaktivitas sebagai berikut⁷² :

Interactivity is an expression of the extent that in a given series of communication exchanges, any third (or later) transmission (or message) is related to the degree to which previous exchanges referred to even earlier transmission

Rafaeli juga mengenalkan pola komunikasi *responsiveness model*, terdiri dari dua format yaitu *regular response*, reaksi terhadap pesan yang sebelumnya, *response itself* dan pengakuan terhadap respon yang lebih utama. Komunikasi *responsiveness model* terdiri dari *two way communication*, *reactive communication*, dan *full interactivity communication*⁷³. *Two way communication*, yaitu komunikasi dua arah yang mempresentasikan pesan secara cepat dengan hubungan bilateral. Komunikasi dua arah dikatakan *noninteractive*, individu bisa mengirim pesan dan individu lainnya menerima pesan. Kadang posisi ini bisa

⁷¹ Sheizaf Rafaeli, *Interactivity From New Media to Communication*, dalam buku *Advancing Communication Science : Merging Mass and Interpersonal Processes*, 1988, California, Sage Publication, h. 110

⁷² *Ibid.*, h.111

⁷³ *Ibid.*, h. 118-119

berbalik, penerima bisa menjadi pengirim pesan dan pengirim pesan berbalik menjadi penerima pesan, tetapi tidak ada proses interaksi yang bertautan satu sama lain. Proses komunikasi berhenti ketika pesan sudah dikirim dan diterima, tidak ada proses lanjutan sesudah itu. *Reactive communication* disebut juga dengan *quasi interactive*, yaitu proses komunikasi yang didasarkan pada keperluan untuk mereaksi pesan yang ada sebelumnya dan melekat satu sama lain. *Fully interactive communication*, merupakan proses komunikasi yang saling merespon satu sama lain dan penuh dengan proses interaksi. Pihak-pihak yang berinteraksi bisa saling memberi *feedback*, sehingga komunikasi menjadi multi arah.

Radio dalam konsep media massa sebagai mediasi hubungan sosial, menjadi institusi penyelenggara produksi, reproduksi dan distribusi pengetahuan dalam rangkaian simbol yang mengandung acuan bermakna tentang pengalaman dalam kehidupan sosial. Radio juga penghubung atau mediasi antara audiens sebagai penerima pesan dengan bagian pengalaman lainnya di luar audiens. Dalam fungsi tersebut, radio menjadi mediasi pengirim dan penerima pesan. Dalam teori komunikasi, tindakan untuk menghasilkan dan mengirimkan pesan disebut *encoding* dan tindakan untuk memahami pesan atau sandi disebut *decoding*⁷⁴. Gelombang suara yang mengemas ide-ide dalam bentuk sandi (*code*), karena itu disebut *encoding*. Kemudian gelombang suara itu diterjemahkan ke dalam ide-ide yang dapat dimengerti maksudnya, inilah yang disebut *decoding*. Aktivitas pengiriman dan penerimaan pesan dalam bentuk kode-kode dilakukan dengan silih berganti diantara orang-orang yang berkomunikasi.

⁷⁴ Heru P. Winarso, *Sosiologi Komunikasi Massa*, 2004, Malang, Kominef Press, h. 8

Dalam proses komunikasi yang terjadi di media radio, terjadi interaksi dalam bentuk umpan balik (*feedback*)⁷⁵. Umpan balik itu merupakan bentuk khas dari pesan. Umpan balik bisa datang dari dua arah, dari diri sendiri (*self feedback*) maupun dari orang lain. Pada media radio, umpan balik bisa diperoleh dari internal personil radio maupun pendengar yang mendengarkan siaran radio. Bentuk umpan balik bisa dilakukan dengan memberi masukan maupun kritik.

Elizabeth-Noelle Neuman tentang konsep komunikasi antara media massa dengan khalayaknya menyatakan, komunikasi massa bersifat tidak langsung karena melalui media teknis, bersifat satu arah tanpa interaksi antara peserta-peserta komunikasi bersifat terbuka, artinya ditujukan pada publik yang tidak terbatas anonim, dan mempunyai publik yang secara geografis tersebar⁷⁶. Penekanan yang berbeda dari konsep Neuman dengan konsep interaktif di Radio Suara Surabaya, yaitu pada 'komunikasi massa yang bersifat satu arah tanpa interaksi diantara peserta komunikasi'. Radio sebagai bagian dari media massa tradisional memiliki kecenderungan hanya menyiarkan berita tanpa ada umpan balik dari khalayak. Konsep jurnalisme interaktif di radio mengkritisi konsep Neuman. Bisa dikatakan, jurnalisme interaktif merupakan proses umpan balik (*feedback*) antara pendengar dengan penyiar, maupun pendengar dengan pendengar pada waktu yang hampir bersamaan, meski tidak terjadi secara langsung karena secara teknis harus melalui media radio.

Umpan balik diartikan Fisher sebagai respon, penegasan, dan servomekanisme internal⁷⁷. Sebagai respon, umpan balik adalah pesan yang

⁷⁵ Ibid., h. 11

⁷⁶ Jalaluddin Rakhmat, 2000, Psikologi Komunikasi, Bandung, PT Remaja Rosdakarya, h. 189

⁷⁷ Ibid. h. 191

dikirim kembali dari penerima pesan ke sumber, memberi tahu sumber tentang reaksi penerima dan memberikan landasan kepada sumber untuk menentukan perilaku selanjutnya. Umpan balik sebagai penegasan, mendorong orang untuk mengulangi respon tersebut yang berfungsi mendorong atau merintangikan kelanjutan perilaku. Dalam hal ini umpan balik bersifat positif dan negatif. Bersifat positif jika respon itu mendorong perilaku komunikatif berikutnya, sedangkan umpan balik negatif adalah respon yang menghambat perilaku komunikatif. Sedangkan umpan balik sebagai servomekanisme merupakan mekanisme psikologis yang diperoleh melalui belajar, diinternalisasikan dalam diri individu sebagai mekanisme yang menstabilkan individu. Dari konsep umpan balik ini, menurut Fisher, media massa dikatakan *zero feedback*, artinya media massa hampir tidak tahu reaksi khalayaknya. Masukan dari khalayak, volumenya terbatas dan saluran yang digunakan tunggal. Dari pengertian itu, Fisher berpendapat, komunikasi massa sifatnya satu arah, yakni *feedback loop* tidak terjadi. Kalaupun ada umpan balik dari khalayak, sifatnya terlambat (*delayed feedback*)⁷⁸.

Konsep interaktif menurut Stuhbar dan LaRose, kadangkala interaktif digunakan sebagai persamaan dari dua arah yang diimplementasikan dalam percakapan antara dua orang yang tidak hanya saling memberi respon satu sama lain tapi juga memodifikasi interaksi mereka. Pada sisi lain, interaktif digunakan secara luas sebagai aplikasi terhadap situasi dimana isi dari sistem media dapat dipilih atau dapat diatur oleh pengguna. Konsep interaktif lebih mudah dipahami ketika diterapkan untuk sistem umpan balik dari khalayak yang digunakan oleh sumber untuk mengubah pesan yang sedang disampaikan pada khalayak⁷⁹.

⁷⁸ Jalaluddin Rahmat, *op.cit.*, h.192

⁷⁹ Danang Tandyonomanu, *op.cit.*, h. 34

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

III.1. Metode Penelitian

Penelitian tentang tipologi pendengar Radio Suara Surabaya dilakukan dengan pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan wawancara yang sistematis dan observasi. Arthur Asa Berger⁸⁰ mengidentifikasi penelitian kualitatif sebagai penelitian tentang teks yang ada pada satu atau beberapa media yang melibatkan berbagai hal, seperti kekayaan teks derajat keunggulan teks, dan perbedaan karakteristik teks. Menurut Berger, penelitian kualitatif bersifat mengevaluasi, menggunakan konsep untuk menjelaskan secara lengkap, memfokuskan pada estetika teks, bersifat teoritis dan menginterpretasi teks.

Penelitian kualitatif menurut Bryman adalah penelitian yang menekankan pada kata-kata dari pada hitungan dalam pengumpulan dan analisis data⁸¹. Patton menyebutkan bahwa penelitian kualitatif mempunyai tiga asumsi mendasar⁸², *pertama* pandangan holistik, yaitu pendekatan yang menekankan bahwa keseluruhan lebih besar daripada jumlah bagian-bagiannya. Metode kualitatif berusaha memahami fenomena-fenomena dalam keseluruhannya untuk mengembangkan pemahaman sepenuhnya tentang seseorang, program atau situasi. *Kedua*, pendekatan induktif, dimulai dengan observasi spesifik dan berlanjut dengan pengembangan pola-pola umum yang muncul dari kasus-kasus yang

⁸⁰ Arthur Asa Berger, 2000, *Media And Communication Research Methods*. USA, Sage Publication Inc., h. 13-14

⁸¹ Alan Bryman, 2004, *Social Research Methods*, New York, Oxford University Press, h. 266 dan h. 278

⁸² Hartono, op.cit. h. 85-86

diteliti. Peneliti tidak banyak memaksakan struktur pengorganisasian atau membuat asumsi-asumsi tentang hubungan antar data-data sebelum melakukan observasi. *Ketiga*, penelitian naturalistik dimaksudkan untuk memahami fenomena dalam situasi yang alami. Penelitian ini berorientasi pada penemuan dalam lingkungan alaminya.

Penelitian kualitatif menurut Wimmer dan Dominick adalah⁸³ :

The type will focus most on in essay. This research is more interested in the depth of the data rather than breadth and requires the researcher to play an active role in the data collection. It is often difficult to draw definitive conclusions from the findings or at least generalise them to larger groups because of the small scale of the method and the often quite unrepresentative samples that are often used.

Hammond, Breakwell dan Fife-Schaw menyatakan⁸⁴ :

Qualitative research is a useful mass media tool only when its limitations are recognised. Qualitative research relates mainly to interviews done on a small scale. These are the focus for this essay, as much of the media research uses this sometimes in combination with observational diaries or participant observation to gain data.

Dalam penelitian kualitatif, teori-teori yang ada menjadi pijakan awal yang selanjutnya justru ditemukan dari hasil wawancara mendalam dengan responden. Teori dijadikan landasan awal untuk kemudian menerangkan, menafsirkan atau mengaplikasikan situasi empiris yang ditemukan di lapangan. Penelitian kualitatif mempunyai lima ciri utama⁸⁵ :

1. Penelitian kualitatif mempunyai setting alami sebagai sumber data langsung dan peneliti adalah instrumen utamanya.

⁸³ Alison Oatey, *The Strengths and Limitations of Interviews as A Research Technique for Studying Television Viewers*, <http://www.aber.ac.uk/media/Students/aco9702.html>, diakses 7 mei 2006

⁸⁴ Ibid.

⁸⁵ Sudarwan Danim, 2002, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, Bandung, CV. Pustaka Setia, h. 51

- Kedudukan peneliti sebagai instrumen pengumpul data lebih dominan daripada instrumen lainnya.
2. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif, yaitu data yang terkumpul berbentuk kata-kata, gambar-gambar dan bukan angka-angka. Kalaupun ada angka-angka sifatnya hanya sebagai penunjang. Data yang diperoleh meliputi transkrip interview, catatan lapangan, foto, dokumen pribadi dan lain-lain.
 3. Penelitian kualitatif lebih menekankan proses kerja yang seluruh fenomena yang dihadapi dan diterjemahkan dalam kegiatan sehari-hari.
 4. Penelitian kualitatif cenderung menggunakan pendekatan induktif. Abstraksi-abstraksi disusun oleh peneliti dan dikelompokkan bersama-sama melalui pengumpulan data selama kerja lapangan di lokasi penelitian.
 5. Penelitian kualitatif memberi titik tekan pada makna, yaitu fokus penelaahan terpaut langsung dengan masalah kehidupan manusia.

Dalam penelitian tentang tipologi pendengar Radio Suara Surabaya, peneliti akan mendeskripsikan data-data yang diperoleh dari sasaran penelitian dalam bentuk kata-kata, mimik wajah sebagai bahasa non verbal maupun pola sikap. Pengalaman responden dalam berinteraksi dengan Radio Suara Surabaya maupun hanya sekedar mendengarkan siaran interaktifnya akan menjadi data penting untuk memperkuat hasil penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi (*phenomenological approach*) yaitu menjelaskan tentang pengalaman-pengalaman yang dialami sasaran penelitian, termasuk interaksinya dengan Radio Suara Surabaya. Penelaahan terhadap suatu masalah bisa dilakukan dengan multiperspektif. Pendekatan fenomenologi didasari atas pandangan dan asumsi bahwa pengalaman manusia diperoleh dari hasil interpretasi⁸⁶. Obyek, orang-orang, situasi dan peristiwa-peristiwa tidak mempunyai arti dengan sendirinya melainkan melalui interpretasi. Arti yang diberikan oleh seseorang terhadap pengalamannya dan

⁸⁶ Ibid., h. 64-65

proses interpretasi sangat penting dan hal itu bisa memberikan arti khusus. Fenomenologi juga dikatakan sebagai suatu usaha untuk mencari kebenaran tentang manusia sebagai obyek ilmu yang ditentukan juga oleh pemahaman terhadap unsur-unsur yang terkandung dalam diri manusia. Dalam hal ini, kualitas kebenaran dalam fenomenologi tidak hanya bergantung pada tingkat pengertian dari subyek terhadap kenyataan, seperti pengertian inderawi, naluri atau rasional, tapi pemahaman akan kenyataan bersama kebenaran tersebut tergantung pada pilihan taraf yang ingin dipahami. Adapun kebenaran ini sifatnya dinamis karena kecenderungan manusia yang punya keinginan untuk maju terus tanpa henti dan tidak mau dibatasi⁸⁷.

Untuk memahami suatu perilaku, peneliti memahami definisi-definisi dan proses definisi itu dibuat oleh sasaran penelitian. Peneliti berbuat atas dasar interpretasi dan definisi yang diberikan oleh responden itu sendiri. Berbagai penelitian kualitatif memberi andil dalam rangka memahami fenomena subyek menurut pandangan responden. Dengan demikian pandangan peneliti sendiri merupakan suatu konstruksi penelitian. Adapun pandangan pribadi peneliti terhadap subyek berimplikasi pada kebutuhan untuk membuat interpretasi terhadap peristiwa dan data yang diperoleh. Karena itu sangat dimungkinkan unsur subyektivitas peneliti tidak dapat dihindari. Peneliti akan melakukan pendekatan dengan sasaran penelitian untuk memahami pendapat mereka tanpa merusak pengalaman mereka. Penelitian juga akan menekankan pada pola pikir sasaran penelitian karena merekalah yang paling mengetahui tentang dirinya sendiri.

⁸⁷ Edy Herry Dwijosudarmo, 1995, Teori kebenaran Fenomenologis, Jurnal Filsafat, h. 32

III.2. Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah pengalaman hidup pendengar bersama Radio Suara Surabaya yang tertuang dalam narasi-narasi. Narasi-narasi pendengar diperoleh melalui pendapat yang mereka berikan tentang pengalaman mendengarkan siaran *news* interaktif di Radio Suara Surabaya, pendapat tentang pendengar lain yang berinteraktif, maupun pengalaman mereka menyampaikan pendapat di udara, pengalaman mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya, dan pengalaman ketika sedang berinteraktif di udara, termasuk cara bicara maupun pendapat dan informasi yang diberikan pendengar lain yang berinteraktif di Radio Suara Surabaya.

III.3. Sasaran Penelitian

Sasaran penelitian dalam penelitian ini adalah individu-individu yang memiliki kompetensi untuk menjawab permasalahan penelitian. Mereka yang dikatakan kompeten menjadi subyek penelitian adalah memiliki kriteria mengetahui siaran *news* interaktif Radio Suara Surabaya. Sasaran penelitian adalah mereka yang tergolong masih menjadi pendengar Radio Suara Surabaya baik hanya sekedar mendengarkan atau juga ikut berinteraktif dalam siaran Radio Suara Surabaya. Untuk mendapatkan variasi narasi-narasi yang akan dianalisis, sasaran penelitian dipilih berdasarkan katagori usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan tingkat sosial ekonominya. Mengingat pendengar Radio Suara Surabaya mempunyai karakteristik yang berbeda, maka sasaran penelitian dipilih diantaranya pendengar-pendengar berdasarkan pola kebiasaannya mendengarkan,

caranya mendengarkan, pola interaktif, dan motif menggunakan siaran Radio Suara Surabaya.

Jumlah sasaran penelitian ditetapkan sesuai dengan kebutuhan, karena yang digali dalam penelitian kualitatif adalah kedalaman informasi, tidak tergantung banyak sedikitnya subyek yang diteliti, tapi lebih didasarkan pada kualitas narasi-narasi yang disampaikan pendengar tentang siaran interaktif di Radio Suara Surabaya. Untuk mengukur jumlah sasaran penelitian yang dibutuhkan, lebih dahulu dilakukan klarifikasi tentang besarnya pengaruh dari variabel-variabel dengan tingkat signifikansi penelitian. Penentuan sasaran dalam penelitian kualitatif dilakukan waktu peneliti mulai melakukan penelitian di lapangan dan selama proses penelitian berlangsung.

Cara penentuan sasaran penelitian secara *purposif* yaitu memilih orang-orang yang dianggap tepat berdasarkan penilaian tertentu. Peneliti mengambil dari *database* Radio Suara Surabaya. Yaitu dari data *call in* pendengar yang pernah menelepon ke Radio Suara Surabaya maupun data dari *research and development* Radio Suara Surabaya. Dari data pendengar yang menelepon tersebut, peneliti melakukan pengamatan melalui siaran *news* interaktif Radio Suara Surabaya dan mencatat pendengar yang beberapa kali mengudara dalam sehari, mengamati informasi yang disampaikan pendengar ketika mengudara, dan cara pendengar menyampaikan informasinya. Peneliti juga dibantu dengan rekomendasi dari *gatekeeper* Radio Suara Surabaya tentang pendengar-pendengar yang sering menelepon ke Radio Suara Surabaya. Peneliti kemudian memilih pendengar berdasarkan intensitas menelepon ke Radio Suara Surabaya, informasi yang

disampaikan, cara berbicara di udara, dan lama waktu mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya.

Selain mendapatkan pendengar melalui *database* dan data *research and development* Radio Suara Surabaya, peneliti juga mendapatkan pendengar yang tidak terdaftar dalam database Radio Suara Surabaya karena tidak pernah menelepon. Pendengar-pendengar ini yang disebut dengan *silent audience*, yaitu khalayak yang hanya mendengarkan siaran *news* interaktif Radio Suara Surabaya. Peneliti mendapatkan *silent audience* melalui *accidental sampling* (sampling kebetulan) yaitu siapapun orang yang ditemui. Ada juga *silent audience* yang didapatkan peneliti melalui *snowball sampling*, yaitu peneliti mendapatkan rekomendasi dari orang-orang yang ditemui melalui *accidental sampling*.

Sebelum dilakukan penelitian, peneliti melakukan wawancara singkat melalui telepon tentang lama mendengarkan dan cara berinteraktif. Dari hasil wawancara singkat tersebut, peneliti menetapkan sasaran penelitian dengan pertimbangan bahwa pendengar tersebut akan memberikan data yang diperlukan. Selanjutnya berdasarkan data atau informasi yang diperoleh sebelumnya, peneliti menetapkan sasaran penelitian lainnya yang dipertimbangkan untuk memberikan data yang lebih lengkap.

Semula peneliti menetapkan sasaran penelitian terdiri dari 10 orang, yaitu mereka sebagai pendengar laki-laki-perempuan, tua-muda, tingkat pendidikan SMA sampai perguruan tinggi, pendengar yang sering menelepon dan sama sekali tidak pernah menelepon. Dari hasil wawancara dengan 10 sasaran penelitian, peneliti memutuskan untuk menambah beberapa sasaran penelitian lainnya untuk melengkapi hasil penelitian sekaligus memperkaya unit analisis. Dari

pengembangan sasaran penelitian itu, peneliti menemukan 4 sasaran penelitian lainnya, yang mereka ini merupakan pendengar yang juga nara sumber di Radio Suara Surabaya. Yaitu wakil walikota Surabaya, anggota DPRD Surabaya, Kepala Induk PJR Tol Jawa Timur I, dan humas Perusahaan Daerah Air Minum – PDAM Surabaya.

III.4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini dikumpulkan data primer, yaitu data yang dikumpulkan untuk menjawab perumusan masalah. Data primer itu langsung diberikan oleh nara sumber melalui wawancara. Wawancara atau *interview* merupakan satu diantara cara pengumpulan data dalam penelitian kualitatif. Menurut Arthur Asa Berger⁸⁸, *interview* adalah percakapan antara peneliti, yaitu orang yang mengharapkan memperoleh informasi tentang subyek, dengan seorang informan, yaitu orang yang sekiranya memiliki informasi yang terkait dengan subyek yang akan diteliti. Berger mengkatagorikan *interview* menjadi empat jenis, yang pertama yaitu *informal interviews* merupakan percakapan yang bertujuan untuk membantu peneliti memperoleh kepercayaan dari informannya. Kedua, *unstructured interviews* yaitu percakapan dalam penelitian yang terfokus untuk mendapatkan informasi, dan peneliti mengendalikan respon yang diberikan informan. Ketiga, *semistructured interviews*, percakapan dilakukan dalam grup yang dipimpin seorang moderator tentang informasi dengan topik yang sama. Biasanya peneliti sudah menulis daftar pertanyaan dan memperluas hal-hal yang memungkinkan untuk dimasukkan dalam pertanyaan pada informan di tengah

⁸⁸ Arthur Asa Berger. *op.cit.*, h. 111

percakapan. Keempat, *structured interviews* merupakan satu diantara bentuk *interview* dimana peneliti sudah menjadwalkan pertanyaan yang digunakan untuk menggali informasi dari informan.

Dalam *interview* ada jenis *intensive interview* atau *in depth interview*. Roger D. Wimmer dan Joseph R. Dominick⁸⁹ menyatakan, *intensive interview* merupakan percakapan *one on one* yang menggunakan sample lebih kecil, menggali secara detil latar belakang tentang alasan mengapa responden memberikan jawaban yang spesifik melalui elaborasi data opini, nilai, motivasi, pengumpulan kembali, pengalaman dan rasa yang dimiliki. *Intensive interviews* juga mempertimbangkan komunikasi *non verbal* dari responden. Biasanya *interview* secara intensif itu membutuhkan waktu yang lama, tidak seperti penelitian *survey* yang hanya membutuhkan waktu relatif lebih pendek. Keuntungan melakukan penelitian dengan *intensive interviews* adalah peneliti akan mendapatkan pengalaman-pengalaman (*story of life*) yang diungkapkan dalam narasi-narasi yang detil dari sasaran penelitian. Pengalaman-pengalaman dari sasaran penelitian itu memiliki latar belakang tingkat pendidikan, maupun tingkat sosial ekonomi dan lingkungan sekitar. Dalam penelitian ini, pengumpulan data akan dilakukan dengan menggunakan *intensive interviews*. Itu karena untuk meneliti pengalaman-pengalaman pendengar yang tertuang dalam narasi-narasi tentang siaran interaktif di Radio Suara Surabaya, peneliti ingin mendapatkan jawaban yang spesifik dari sasaran penelitian melalui elaborasi data opini, didasarkan latarbelakang kondisi sosial.

⁸⁹ Roger D. Wimmer dan Joseph R. Dominick, 2003. *Mass Media Research*. USA. Thomson Wadsworth, h. 127

Dalam wawancara mendalam, peneliti akan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang saling berkaitan, seperti digolongkan Molleong⁹⁰ :

1. Pertanyaan yang berkaitan dengan pengalaman.

Pertanyaan ini untuk mengungkapkan pengalaman yang pernah dialami subyek yang diteliti dalam hidupnya. Hasil wawancara ini akan mengkonstruksi profil kehidupan seseorang.

2. Pertanyaan yang berkaitan dengan pendapat.

Terkait dengan penelitian ini, peneliti ingin meminta pendapat dari responden tentang siaran interaktif Radio Suara Surabaya. Dari jawaban atas pertanyaan tersebut diharapkan akan muncul alasan-alasan mengapa responden berpendapat demikian.

3. Pertanyaan yang berkaitan dengan perasaan.

Mendapatkan data tentang perasaan orang yang sifatnya afektif lebih sulit dibanding mendapatkan data yang sifatnya kognitif atau psikomotorik. Tapi perasaan orang bisa dilihat dari ekspresi wajahnya. Karena itu pertanyaan yang digunakan untuk mendapat jawaban dari responden sifatnya tidak langsung. Awalnya dilakukan dengan percakapan biasa tapi kemudian diteruskan dengan pertanyaan yang menjurus supaya perasaan responden bisa terungkap.

4. Pertanyaan tentang pengetahuan.

Pertanyaan ini digunakan untuk mengungkapkan pengetahuan responden tentang suatu peristiwa yang diketahui.

5. Pertanyaan tentang indera.

⁹⁰ Sugiyono, *op.cit.*, h. 76-77

Pertanyaan ini digunakan untuk mengungkapkan data atau informasi karena yang bersangkutan melihat, mendengarkan, meraba atau mencium sesuatu yang penting sebagai data informasi bagi peneliti.

6. Pertanyaan yang berkaitan dengan latar belakang atau demografi.

Pertanyaan ini digunakan untuk mengungkapkan latar belakang subyek yang sedang diteliti meliputi status sosial, ekonomi, latar belakang pendidikan, asal usul, tempat lahir, usia, pekerjaan, dan lain-lain.

Informasi atau data yang diperoleh dari hasil wawancara seringkali menimbulkan bias. Bias adalah penyimpangan dari yang seharusnya sehingga dapat dinyatakan data tersebut subyektif dan tidak akurat. Biasanya data itu sangat tergantung pada peneliti yang melakukan wawancara, sasaran penelitian yang diwawancarai, maupun situasi dan kondisi pada saat wawancara dilakukan. Pewawancara yang tidak dalam posisi netral bisa memberikan interpretasi yang berbeda dengan apa yang disampaikan sasaran penelitian. Sasaran penelitian akan memberi data yang bias jika tidak menangkap dengan jelas apa yang ditanyakan oleh peneliti. Selain itu, situasi dan kondisi yang tidak mendukung wawancara itu dilakukan, juga akan mempengaruhi biasanya data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

Untuk meminimalisir bias, peneliti memposisikan diri dalam posisi yang netral, demikian pula pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dibuat sederhana untuk memudahkan sasaran penelitian mengerti maksud pertanyaan yang diajukan. Selain itu, wawancara dilakukan dalam kondisi dan situasi yang mendukung, dengan terlebih dahulu peneliti membuat janji dengan sasaran penelitian sehingga ada waktu khusus untuk wawancara.

III.5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan di lapangan dan bahan-bahan lain sehingga mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat dijelaskan⁹¹. Analisis data dilakukan dalam setiap tahapan penelitian, sebelum ke lapangan yaitu menganalisis data hasil studi pendahuluan, dan selama di lapangan yaitu pada saat pengumpulan data sedang dilakukan dan sesudah data selesai dikumpulkan dalam periode tertentu.

Dalam analisis data, aktivitas yang dilakukan diantaranya *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*⁹². *Data reduction* merupakan upaya untuk merangkum dan memilih hal-hal yang pokok dari temuan data di lapangan dan lebih memfokuskan pada hal-hal yang penting. Hal itu akan mempermudah peneliti untuk memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. *Data display* merupakan langkah lanjutan sesudah data direduksi. Dalam penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan maupun hubungan antar katagori, *flowchart* dan sejenisnya. Seperti dikatakan Miles dan Huberman, bahwa data yang digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif⁹³ yaitu pengalaman-pengalaman pendengar

⁹¹ Ibid., h. 88-89

⁹² Ibid., h. 92-99

⁹³ Ibid.

bersama Radio Suara Surabaya. Dengan mendisplay data, penelitian ini akan mudah dipahami tentang apa yang terjadi, dan untuk merencanakan pekerjaan selanjutnya berdasarkan apa yang sudah dipahami. *Conclusion drawing / verification* merupakan penarikan kesimpulan dan verifikasi yang masih bersifat sementara. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif dimungkinkan bisa menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sejak awal dan akan berkembang sesuai perkembangan data di lapangan. Dalam analisis data, peneliti akan menggunakan tiga langkah tersebut, yaitu mereduksi data, mendisplay data dan akhirnya dilakukan kesimpulan sementara.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Menurut Edmund Husserl fenomenologi merupakan studi tentang pengalaman, pemikiran, ingatan, imajinasi, kesadaran dan aktivitas sosial⁹⁴.

Phenomenology studies the structure of various types of experience ranging from perception, thought, memory, imagination, emotion, desire, and volition to bodily awareness, embodied action, and social activity, including linguistic activity

Dalam fenomenologi, peneliti menggali dan mengeksplorasi berbagai informasi dan pengalaman dari perspektif pendengar Radio Suara Surabaya tentang siaran radio news interaktif. Analisis dengan fenomenologi dalam penelitian ini mengikuti pola analisis Husserl yang diawali dengan *bracketing*⁹⁵.

Bracketing is the question of the existence of the natural world around us. We thereby turn our attention, in reflection, to the structure of our own conscious experience. Our first key result is the observation that each act of consciousness is a consciousness of something, that is, intentional, or directed toward something.

⁹⁴ Phenomenology, <http://plato.stanford.edu/entries/phenomenology/> diakses 22 Juni 2006

⁹⁵ Ibid.

Jadi *bracketing* berfungsi meletakkan kebenaran-kebenaran atau asumsi-asumsi tentang radio news interaktif Radio Suara Surabaya. Kemudian peneliti mendengarkan pengalaman sehari-hari dari para pendengar Radio Suara Surabaya yang dipilih sebagai sasaran penelitian. Dengan fenomenologi, pengalaman dan pengetahuan tentang radio news interaktif digali dari cerita pengalaman para pendengar yang bersifat personal, subyektif, tapi berdasar keterarahan (*directedness/intentionality*) pada kebenaran obyektif. Selanjutnya analisis data dilakukan melalui proses *coding* atau *catagorizing* tema-tema fenomena pengalaman atau pendapat beberapa pendengar yang menjadi sasaran penelitian. Kemudian peneliti menggambarkan (*describing*), menganalisis semua informasi dan mengambil kesimpulan (*drawing conclusions*). Proses menggambarkan (*describing*) diawali dengan menggambarkan apa yang tampak secara fisik kemudian barulah peneliti mengungkapkan gambaran yang digali dari sesuatu yang tersembunyi dari narasi-narasi yang diungkapkan pendengar Radio Suara Surabaya sebagai sasaran penelitian.

BAB IV

PENDENGAR SIARAN NEWS INTERAKTIF RADIO SUARA SURABAYA

IV.1. Profil Khalayak Pendengar Radio Suara Surabaya

Soetojo Soekomihardjo Direktur Utama PT Radio Fiskaria Jaya Suara Surabaya mengatakan pendengar Radio Suara Surabaya merupakan orang-orang yang kritis. Pendengar kritis menurut Soetojo Soekomihardjo adalah pendengar yang mau berpikir tentang lingkungan sekitarnya, menyuarakan apa yang dinilai tidak sesuai aturan dan norma, mampu memberi pemikiran-pemikiran solutif dan menghargai pendapat orang lain. Menurut Soetojo, Radio Suara Surabaya hanya merupakan alat yang memfasilitasi pendengar untuk berpikir dan berpendapat⁹⁶.

Errol Jonathans Direktur Operasional Radio Suara Surabaya mengatakan, pendengar Radio Suara Surabaya mampu menyadari, untuk bisa bicara dengan *on air* di Radio Suara Surabaya harus mempunyai solusi. Itu karena Radio Suara Surabaya bukan hanya menjadi keranjang sampah yang menampung keluhan-keluhan dan kritik tanpa ada solusinya⁹⁷. Menurut Errol Jonathans, pendengar Radio Suara Surabaya bukan lagi hanya penikmat informasi tapi mereka sudah menjadi pelaku informasi⁹⁸ :

Ada *spirit* pendengar, bahwa mereka tidak hanya penerima informasi tapi juga menjadi pelapor informasi. Sehingga batasan pelapor itu jurnalis atau bukan, memang jadi bias. Kalau pendengar *mengup date* terus informasi yang diketahui, sebenarnya mereka sudah melakukan fungsi-fungsi jurnalis,

⁹⁶ Wawancara dengan Soetojo Soekomihardjo Direktur Utama PT Radio Fiskaria Jaya Suara Surabaya, tanggal 23 Juni 2006

⁹⁷ Wawancara dengan Errol Jonathans, Direktur Operasional Radio Suara Surabaya, 19 Oktober 2005

⁹⁸ Ibid.

meskipun cara melaporkan itu tidak dikemas dengan konsep piramida terbalik.

Secara kuantitatif, berdasarkan data demografi meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan dan pengeluaran per bulan, profil pendengar Radio Suara Surabaya dapat digambarkan dalam tabel berikut :

Tabel 3
Profil Pendengar Radio Suara Surabaya

SSFM Listener Profile			SES		
Sex	2004	2005	E	: 1,52 %	13,83 %
Male	: 51,52 %	54,81 %	D	: 21,41 %	14,94 %
Female	: 48,48 %	45,19 %	C	: 38,38 %	34,94 %
Usia			B	: 13,54 %	12,47 %
10-14	: 16,06 %	9,38 %	A	: 25,15 %	23,83 %
15-19	: 7,98 %	7,53 %	Pekerjaan		
20-24	: 10,40 %	11,85 %	Student	: 24,85 %	17,06 %
25-29	: 13,43 %	17,41 %	White Collar	: 14,24 %	10,26 %
30-34	: 14,95 %	8,89 %	Blue Collar	: 30,81 %	23,49 %
35-39	: 7,98 %	7,04 %	Entrepreneur	: 7,37 %	27,44 %
40-44	: 5,15 %	8,40 %	Housewife	: 10,51 %	8,78 %
45-49	: 10,71 %	7,65 %	Others	: 1,21 %	12,98 %
50 +	: 13,43 %	21,85 %	Pendidikan		
			No Formal	: 4,34 %	0,37 %
			SD	: 34,04 %	42,10 %
			SLTP	: 14,34 %	14,07 %
			SLTA	: 33,74 %	23,95 %
			UNIV	: 13,74 %	19,51 %

Sumber : Riset AC Nielsen 2005

Tabel 4
Time Spent Listener Pendengar Radio Suara Surabaya
By Day
(Hour:min)

Senin	: 1 jam 49 menit
Selasa	: 1 jam 49 menit
Rabu	: 1 jam 32 menit
Kamis	: 1 jam 42 menit
Jum'at	: 1 jam 46 menit
Sabtu	: 1 jam 53 menit
Minggu	: 1 jam 51 menit

TSL adalah rata-rata waktu yang digunakan untuk mendengarkan radio

Sumber : Riset AC Nielsen 2004

Tabel 5
Media Habit Pendengar Radio Suara Surabaya

Kegiatan	Jumlah Pendengar	Prosentase
- Menonton TV lebih dari 15 jam seminggu	589.000	72,72%
- Membaca Majalah	281.000	34,69%
- Membaca Surat Kabar	528.000	65,19%
- Mendengarkan lebih dari 3 radio	419.000	51,73%

Sumber Riset AC Nielsen 2005

Tabel 6
Hobi Pendengar Radio Suara Surabaya

Hobi	Jumlah Pendengar	Prosentase
Art Performace	41.000	5,06%
Camping	32.000	3,95%
Cooking	231.000	28,52%
Dancing	22.000	2,72%
Decorating	46.000	5,68%
Gardening	51.000	6,30%
Handy Crafting	95.000	11,73%
Listening Music	592.000	73,09%
Painting	15.000	1,85%
Photograph	6.000	0,74%
Reading	283.000	34,94%
Sport Exercise	351.000	43,33%

Sumber Riset AC Nielsen 2005

Tabel 7
Kegiatan Favorit Pendengar Radio Suara Surabaya

Kegiatan	Jumlah Pendengar	Prosentase
Belanja di supermarket	436.000	53,83%
Belanja di mall	328.000	40,49%
Mengunjungi pameran	193.000	28,83%
Makan malam makanan fastfood	269.000	33,21%
Pergi ke disko/bar	17.000	2,10%
Menonton film di rumah	201.000	24,81%
Merokok	218.000	26,91%
Makan di restoran	120.000	14,81%
Pergi ke bioskop	99.000	12,22%

Sumber Riset AC Nielsen 2005

Dari hasil riset AC Nielsen 2005 tersebut di atas, profil pendengar Radio Suara Surabaya paling banyak adalah laki-laki (54,81%), usia lebih dari 50 tahun (21,85%), sosial ekonomi di level C (34,94%), pekerjaan enterpreneur (27,44%), pendidikan SD (42,10%). Pendengar Radio Suara Surabaya banyak menghabiskan waktu untuk mendengarkan Radio Suara Surabaya pada hari Sabtu, yaitu selama 1 jam 53 menit. Pendengar Radio Suara Surabaya mempunyai kebiasaan bersentuhan dengan media lain selain radio yaitu dengan televisi yang ditonton lebih dari 15 jam seminggu (589.000 orang atau 72,72%). Sebagian besar pendengar mempunyai hobi mendengarkan musik (592.000 orang atau 73,09%). Sedangkan kegiatan favorit pendengar adalah belanja di supermaket (436.000 orang atau 53,83%).

Research and Development Radio Suara Surabaya tahun 2005 mengeluarkan hasil riset tentang pemberitaan yang ingin didengar khalayak. Khalayak pendengar menginginkan supaya Radio Suara Surabaya menjaga kualitas dan pandai memilih *angle* berita, dilihat dari kelengkapan sudut pandang, tuntas dan kritis dalam pembahasan, dapat dijadikan acuan untuk pengambilan keputusan, kreatif dalam penyampaian dan nara sumber lebih bervariasi. Materi tersebut dibutuhkan pendengar untuk memonitor kebijakan-kebijakan pemerintah yang sifatnya strategis bukan kebijakan politis, terutama yang berpengaruh pada kehidupan bisnis khalayak Radio Suara Surabaya. Khalayak pendengar Radio Suara Surabaya ingin mendengarkan berita politik, diantaranya tentang kinerja pejabat eksekutif dan legislatif baik level nasional maupun daerah, yang berfungsi sebagai kontrol sosial masyarakat, penegakan hukum, pengungkapan dan pemberantasan korupsi, serta perkembangan pilkada. Pendengar juga menyukai

berita serba-serbi kriminalitas, kejadian-kejadian menonjol dari seluruh daerah, tragedi dan bencana, serta isu - isu yang sedang *trend* misalnya tentang formalin dan *illegal logging*. Semua materi tersebut dibutuhkan pendengar untuk membuat mereka lebih *aware* terhadap kejadian sekitar sehingga muncul kewaspadaan dan tindakan antisipasi yang diperlukan.

IV.2. Berita di Radio Suara Surabaya

Radio Suara Surabaya FM 100,55 MHz, mengudara bersamaan dengan momentum gerhana matahari total pada tanggal 11 Juni 1983 dari lokasi di kawasan berbukit jalan Wonokitri Besar 40. Suara Surabaya merupakan radio pertama di Indonesia yang sejak awal kelahirannya secara sadar menerapkan format 'Radio News atau Informasi' dan bermotto FM News dan Musik Hit. Soetojo Soekomihardjo Direktur Utama PT Radio Fiskaria Jaya Suara Surabaya mengatakan, lahirnya Radio Suara Surabaya yang berformat berita memberi alternatif baru siaran radio yang waktu itu lebih banyak 'menjual' siaran hiburan berupa lagu-lagu, lawak, berkirim-kirim salam dan adu *trendy*. Pada awalnya, Radio Suara Surabaya hanya merupakan siaran kata (*talk*) diantaranya dalam bentuk wawancara, reportase, dan *features*.

Dalam siaran yang mengandalkan *talk* ini belum mengadopsi syarat-syarat berita (*news*) yaitu akurat (*accuracy*), seimbang (*balance*) dan jelas (*clarity*) yang akan menghasilkan kredibilitas (*credibility*) pemberitaan yang disajikan. Siaran *talk* dan *news* di Radio Suara Surabaya bertujuan untuk menyampaikan pesan. Hal ini karena media massa terutama radio merupakan alat penyampai pesan pada masyarakat. Dalam bentuk apapun, bahkan dalam bentuk lagu sekalipun itu sebenarnya ada pesan-pesan di dalamnya. Pesan-pesan itu menyiratkan visi, akan diberi sajian apa dan dikemakan pendengar radio itu⁹⁹.

⁹⁹ Wawancara dengan Soetojo Soekomihardjo Direktur Utama PT Radio Fiskaria Jaya Suara Surabaya, tanggal 23 Juni 2006

Berita radio bisa diartikan sebagai sajian laporan berupa fakta dan opini yang mempunyai nilai berita, penting, menarik, disiarkan melalui radio secara berkala¹⁰⁰. Berita radio sekaligus menjawab persoalan apa yang sedang terjadi dan bagaimana peristiwa itu berlangsung. Menurut Masduki, karakter berita di radio bersifat segera dan cepat, aktual dan faktual, penting bagi masyarakat luas, relevan dan berdampak luas. Selain itu berita radio juga harus memenuhi syarat, bersifat lokal emosional, personal, selintas, fokus dan anti detil, imajinatif, dan fleksibel. Berita radio dapat dibagi menjadi tiga¹⁰¹ :

1. *Hard news*, yaitu berita aktual yang baru saja terjadi atau laporan langsung saat peristiwa tersebut terjadi. Hardnews bertutur tentang konflik yang menyentuh emosi tinggi seperti berita peperangan, kerusuhan, pergantian dan mendadak seorang tokoh publik.
2. *Soft news*, yaitu berita lanjutan yang lebih bersifat laporan peristiwa tanpa terikat waktu, lebih menekankan pada aspek *human interest*, perilaku dan tempat-tempat yang bisa mempengaruhi banyak orang. Soft news dapat berisi berita peristiwa rutin seperti informasi pembangunan, seminar, ritual budaya, pelantikan pejabat.
3. *Indept news*, yaitu berita mendalam, lebih dari sekedar paparan fakta permukaan, biasanya dikemas dalam format *features*, tapi bisa pula dalam berita sisipan, dengan syarat penekanan isinya terletak pada proses pendalaman kasus atau tinjauan aspek lain suatu peristiwa

Menurut Soetjo Soekomihardjo, siaran Radio Suara Surabaya dengan format berita diawali dengan acara kelana kota yang mengedepankan pola jurnalisme.

Pada waktu mengonsep nama acara di awal sebelum siaran yang saya ceritakan tadi. Mas Errol (Errol Jonathans, direktur operasional Radio Suara Surabaya, *penj.*) sempat ngarang-ngarang acaranya apa saja, saya juga merancang acaranya apa saja dicocokkan ini..ini..ini.. nyeletuk mas Errol, “Memangnya Mas Toyo mau *journalism* di radio ini?”. Saya tanya, “Dari mana Mas

¹⁰⁰ Masduki, op.cit., h. 10

¹⁰¹ Ibid., h.15

Errol tahu? Kok tanya begitu?” Kata Mas Errol, “Lha ini kok ada acara kelana kota...” Saya jawab “Ya, karena acara itu menyajikan, memberitakan apa yang terjadi di pelosok-pelosok kota atau antar kota. Jadi itu *journalism*”¹⁰².

Journalism menurut *Royal Commission On Newspaper Canada* tahun 1981 merupakan upaya yang memfokuskan pada kegiatan pencarian informasi yang dilakukan secara adil tanpa ada perbedaan¹⁰³ :

Journalism is centred on a quest for information and based on commitment to treat 'events and persons with fairness and impartiality, but also (to consider) the welfare of the community and humanity in general in a spirit devoid on cynicism'

Tentang jurnalisme, Bill Kovach dan Tom Rosenstiel menyatakan Jurnalisme menyediakan sesuatu yang unik untuk sebuah budaya – informasi yang independen, dapat diandalkan, akurat dan komprehensif yang dibutuhkan anggota masyarakat untuk hidup mereka¹⁰⁴. Dalam jurnalisme ada tuntutan bagi media massa untuk menyediakan sesuatu yang berbeda. Tujuan utama dari jurnalisme adalah menyediakan informasi yang dibutuhkan warga agar mereka bisa hidup merdeka dan mengatur dirinya sendiri. Untuk memenuhi tujuan itu, ada prinsip-prinsip jurnalisme yang diterapkan yaitu kewajiban menyampaikan kebenaran, loyalitas pada warga, disiplin dalam verifikasi, praktisinya harus independen dari nara sumber berita, berlaku sebagai pemantau kekuasaan, menyediakan forum publik untuk kritik maupun dukungan warga, berupaya membuat hal yang penting menjadi menarik dan relevan, menjaga pemberitaan

¹⁰² Wawancara dengan Sutoyo Sukomiharjo, Direktur Utama Radio Suara Surabaya, tanggal 23 Juni 2006

¹⁰³ Rowland Lorimer, 1994, *Mass Communication, USA*, Manchester University Press, h. 106

¹⁰⁴ Bill Kovach dan Tom Rosenstiel, 2003, *Sembilan Elemen Jurnalisme*, Jakarta, Yayasan Pantau, h. 4

supaya tetap komprehensif dan proporsional juga memperbolehkan para praktisi jurnaslime mengikuti nuraninya¹⁰⁵.

Filosofi dalam siaran berformat berita di Radio Suara Surabaya, harus memiliki daya guna tinggi untuk masyarakat. Soetojo Soekomihardjo menyatakan, pendengar harus diuntungkan dengan informasi yang diberikan Radio Suara Surabaya.

Daya guna SS buat masyarakat itu harus tinggi karena pada dasarnya radio SS dengan pendengarnya itu bertransaksi. Transaksi itu, kita menawarkan sesuatu dan dibeli oleh pendengar. Kita jualan, itu *content* siaran dan pendengar membeli itu. Dalam proses itu, dalam setiap transaksi apapun yang itu halal pasti dua pihak harus menang, dua pihak harus untung. Itu konsepnya. Kalau salah satunya rugi maka transaksi itu cacat. Itu yang harus dibangun, itu prinsip. Karena itu kalau sebesar-besarnya pendengar merasa untung maka akan makin banyak orang yang ingin keuntungan itu dan dia beli siarannya SS. Itu filosofinya¹⁰⁶.

Dalam transaksi dengan pendengar, Radio Suara Surabaya berorientasi pada pasar. Siaran Radio Suara Surabaya memperhatikan keinginan pendengar tentang berita-berita yang akan disajikan. Hal ini membuat Radio Suara Surabaya mampu menjaring banyak pendengar, bahkan pendengar-pendengar baru yang selama ini tidak secara rutin mendengarkan siaran radio.

Saya tahu dari pakar-pakar menyebutkan bahwa dalam transaksi itu orientasinya harus ke pasar. Apa yang dibutuhkan pembeli yaitu pendengar dan sesuai selera dan keinginannya, itu yang disajikan. Pasar menghendaki apa, display apa, itu kita bikin. Meskipun toh kita mempengaruhi juga dengan daya influence membentuk pasar bisa juga sebenarnya. Sambil membentuk pasar. Tapi ya selera pasar, itu yang diangkat. Tahun pertama kedua langsung kita ambil pasar, ramai betul. Dan itu yang menyebabkan, salah satunya dibuktikan dengan jualan iklan termahal diambil juga oleh pembeli karena respon dari pendengar dan akumulasinya

¹⁰⁵ Ibid., h. 6

¹⁰⁶ Wawancara dengan Sutoyo Sukomiharjo, Direktur Utama Radio Suara Surabaya, tanggal 23 Juni 2006

cukup besar. Itu ternyata tawaran SS diterima oleh masyarakat pendengar maupun pengiklan¹⁰⁷.

Menurut Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese media massa harus senantiasa berorientasi pada pasar dengan melihat keinginan dan kebutuhan khalayak. Untuk itu, media massa mengeluarkan banyak uang untuk mengetahui karakteristik tentang khalayaknya. Data tentang khalayak bisa diperoleh melalui riset yang akan menggambarkan tentang penerimaan publik terhadap pesan maupun program yang disajikan. Untuk produk media massa dalam bentuk berita memang tidak semudah menjual program hiburan seperti musik dan film. Seperti dikatakan Schlesinger, khalayak telah menjadi bagian dari rutinitas kehidupan media massa yang tidak bisa ditinggalkan. Karena itu sajian programnya khususnya berita maupun informasi yang ditampilkan adalah yang relevan dengan kebutuhan khalayak¹⁰⁸.

Siaran yang berformat berita di gelombang FM, membentuk segmentasi pendengar Radio Suara Surabaya. Menurut Soetoyo Soekomiharjo Direktur Utama Radio Suara Surabaya, segmentasi Radio Suara Surabaya di kalangan menengah atas.

Pada tahun-tahun awal SS membuktikan bahwa FM itu untuk kalangan elit dan FM itu bagus, dan sebagainya. Dan itu berhasil. Dan itu baru disadari kawan-kawan radio yang lain setelah 10 tahun kemudian. Setelah SS cukup tertanam. Jadi tidak segera. Apabila kemudian.. ini barangkali, ga pernah aku selidiki juga, ini pengaruh.. lho laku juga tapi mahal ya. News itu kan ada faktor kesulitan dan kemampuan tertentu, tidak sekedar jual lagu. Lain hanya dengan jurnalism kan, perlu disiapkan lama, perlu pengorbanan biaya dan sebagainya perlu manajemennya¹⁰⁹

¹⁰⁷ Ibid

¹⁰⁸ Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese, 1996, *Mediating The Message*, USA, Longman Publisher USA, h. 110

¹⁰⁹ Ibid

Menyadari konsekuensi dari penerapan format radio news atau informasi dari awal kelahirannya, Radio Suara Surabaya membentuk tim redaksi tahun 1983, kemudian mengembangkan tim reporter pada tahun 1987, dan ketika tahun 1995 dikembangkan konsep interaktif, maka muncul tim redaksi interaktif atau *gate keeper* dengan motto NEWS - INTERAKTIF - SOLUTIF. Tepat pada tanggal 3 Mei 2004 pukul 00.00 WIB, Radio Suara Surabaya FM 100.55 Mhz berpindah kanal frekuensi menjadi Radio Suara Surabaya FM 100 Mhz¹¹⁰.

Radio Suara Surabaya mempunyai visi menjadi sumber pemberdayaan dan kegiatan demokratisasi masyarakat, melalui usaha kegiatan media massa yang mengikuti perkembangan teknologi komunikasi dan telekomunikasi. Misi Radio Suara Surabaya menjadi perusahaan media massa yang dituntut berkembang dengan mengandalkan kemajuan teknologi komunikasi dan telekomunikasi, menjadi sentra informasi tentang Surabaya dan Jawa Timur dan menyelenggarakan berbagai kegiatan pemberdayaan proses demokratisasi masyarakat. Radio Suara Surabaya sebagai sumber kehidupan dan kesejahteraan seluruh unsur karyawan yang bekerja untuk kemajuan bersama. *Open format* Radio Suara Surabaya adalah format news untuk masyarakat dewasa, intelektual, reduli dan berkepribadian. Komoditi pemberitaan *local news* berwawasan global. Sumber informasi selain dari liputan tim reporter, internet kantor berita Antara, kantor berita Perancis AFP, maupun dekoder satelit Deutsche Welle. Tahun 1995, Suara Surabaya mengembangkan jurnalisme interaktif dengan strategi *open format*, yang akhirnya mempengaruhi bentuk program siar keseluruhan menjadi satu *core program*, yaitu kelana kota.

¹¹⁰ Radio Suara Surabaya, <http://www.kampungmedia.com/>, diakses 13 Mei 2006

IV.3. Interaktif di Radio Suara Surabaya

Pola Interaktif di Radio Suara Surabaya mulai dilakukan tahun 1994. Errol Jonathans Direktur Operasional Radio Suara Surabaya mengatakan, konsep interaktif sebenarnya di luar perencanaan.

Tahun 1994 pernah terjadi hujan deras banjir. Reporter laporan banjir dan macet. Ini ditangkap pendengar, ternyata bisa juga melaporkan banjir dan macet. Banyak pendengar yang laporan. Tapi Radio Suara Surabaya tidak berani beri kebijakan pendengar *on air*. Penerima telepon di Radio Suara Surabaya mencatat telepon pendengar dan diberikan penyiar terus dibacakan. Lama-lama kewalahan karena telpon deras sekali. Akhirnya diputuskan, pendengar bisa laporan dan mengudara sendiri. Itulah interaktif. Akhirnya dibuat sistem. Tahun 1994-1995 ada acara Ngrasani Surabaya tentang harapan publik pada Surabaya. Pendengar ngomong di udara memaki gubernur di udara. Kita jadi was-was karena bisa kebobolan. Waktu itu teknologi masih primitif. Radio Suara Surabaya yang mengawali interaktif dengan informasi lokal¹¹¹.

Menurut Errol Jonathans, mulanya pendengar melaporkan tentang keadaan lalu lintas yang macet ataupun lancar dengan segala penyebabnya. Tapi pada perkembangannya, laporan lalu lintas dari pendengar itu berubah menjadi laporan tentang masalah kemacetan.

Menurut pendengar, masalah lalu lintas bukan sekedar kemacetan, tapi disana ada kebijakan kota dan persoalan regulasi yang berjalan kurang baik sehingga memunculkan masalah. Lama-lama orang merasa, problem kota bisa juga dibicarakan di Radio Suara Surabaya. Waktu itu siaran Radio Suara Surabaya baru menampung pendengar sebagai pelaku-pelaku informasi, ini terjadi karena waktu itu pengaruh orde baru masih kuat¹¹².

Radio Suara Surabaya menyebut pola interaktifnya sebagai jurnalisme. Itu karena dalam jurnalisme interaktif, berita-berita yang disajikan melibatkan

¹¹¹ Wawancara dengan Errol Jonathans, Direktur Operasional Radio Suara Surabaya, 19 Oktober 2005

¹¹² Ibid.

khalayak. Khalayak ditempatkan sebagai subyek pelapor atau yang disebut dengan reporter dadakan. Khalayak bisa menjadi pelaku maupun saksi mata suatu kejadian. Khalayak memberikan informasi tentang berbagai hal yang mereka temui dan disampaikan melalui telepon dan sms. Informasi dari pendengar diterima oleh *gate keeper*¹¹³ dan diudarakan. Biasanya pendengar mengudara sendiri atau informasi dari pendengar diudarakan oleh *gate keeper*. Pola jurnalisme interaktif di Radio Suara Surabaya juga didukung pemberitaan yang dibawa reporter dari lapangan atau juga dikumpulkan *newsroom*¹¹⁴ dari kantor berita nasional maupun internasional. Pola jurnalisme interaktif di Radio Suara Surabaya digambarkan sebagai berikut¹¹⁵ :

Gambar 1
Pola Jurnalisme Interaktif di Radio Suara Surabaya



Konsep interaktif berlaku dalam operasionalisasi radio yang dikenal sebagai media tradisional. Bentuk interaksi yang dimungkinkan di radio diantaranya surat pendengar pada redaksi, *talkshow*, dan partisipasi pendengar

¹¹³ Penerima telepon dari pendengar Radio Suara Surabaya. Tugasnya tidak hanya menerima telepon tapi juga memutuskan pendengar yang bisa *on air* dan tidak *on air*, dan memutuskan berita yang layak dan tidak layak *on air*.

¹¹⁴ Bagian pemberitaan yang menuliskan ulang berita-berita yang dikutip dari kantor berita nasional maupun internasional untuk diudarakan dalam bentuk berita-berita pendek.

¹¹⁵ Radio Suara Surabaya, <http://www.kampungmedia.com/>, diakses 19 April 2006

dalam program-program yang tersedia¹¹⁶. Radio Suara Surabaya memiliki pola-pola interaktif dalam siarannya, diantaranya dalam bentuk wawancara, *talkshow*, dan reportase.

IV.3.1. *Talkshow*

Talkshow merupakan pola siaran radio bersifat langsung, interaktif dan atraktif. Klaus Kastan, instruktur radio dari Munchen Jerman, mengenalkan metode Harley untuk talkshow. Metode Harley singkatan dari *harmony, actual, responsible, leading, entertainment*, dan *yield*¹¹⁷. *Talkshow* merupakan program interaktif karena melibatkan nara sumber sebagai pemberi pesan, pendengar selaku pihak yang diberi pesan, dan penyiar sebagai mediator acara. Dalam *talkshow* ini, antara pendengar dan nara sumber bisa langsung berbincang membicarakan topik yang dibicarakan. *Talkshow* sangat memungkinkan pendengar untuk berpartisipasi mengajukan pertanyaan, tanggapan, kritik dan masukan pada narasumber. Sebaliknya nara sumber bisa memberi penjelasan atas pertanyaan pendengar, memberi tanggapan umpan balik (*feedback*) atas kritik yang diberikan. Komunikasi pendengar dan nara sumber dilakukan secara langsung saat itu juga tanpa penundaan waktu. Karena radio didengarkan secara massal dan serentak dalam waktu yang bersamaan, komunikasi yang terjadi tidak lagi dua arah, tapi bisa menjadi multi arah. Karena pendengar lainnya bisa menanggapi perbincangan antara pendengar dengan nara sumber. *Talkshow* yang ada di Radio Suara Surabaya dilakukan dengan pola interaktif antara nara sumber dengan pendengar yang difasilitasi penyiar. Baik *talkshow* itu yang bersifat rutin

¹¹⁶ Sheizaf Rafaeli, op.cit., h.110

¹¹⁷ Masduki, op.cit., h. 44

seperti acara Wawasan, Dialog Nara Kualita Ahsana, Konsultasi Kesehatan, Perspektif Orang Muda. Enciety Business Consult, Dialog *Information Technology* (IT), Bincang Otomotif, Profil, Diskusi Lembaga Konsumen Media, maupun *talkshow* komersial yang menawarkan produk-produk tertentu pada pendengar Radio Suara Surabaya.

IV.3.2. Wawancara

Wawancara bertujuan untuk menggali data. Chuck Crouse mendefinisikan tujuan wawancara sebagai berikut¹¹⁸ :

1. Untuk mendapatkan informasi awal
2. Untuk mendapatkan *voice actuality* nara sumber
3. Untuk memperjelas informasi
4. Untuk menegaskan jawaban sumber yang sudah disampaikan
5. Kebutuhan data detail
6. Kebutuhan jawaban ringkas
7. Mendorong nara sumber untuk bicara terus terang
8. Sebagai konfirmasi

Wawancara ada beberapa jenis¹¹⁹ :

- a. *The Factual Interview*
Wawancara bertujuan untuk memperoleh fakta-fakta, tujuan supaya khalayak mendapat informasi faktual atau data seperti apa adanya
- b. *The Opinion Reaserch Interview*
Tujuan utama bukan untuk mengumpulkan informasi, tapi untuk mengetahui apa yang menjadi pemikiran dan pendapat masyarakat atau nara sumber. Sasaran wawancara bisa seorang ahli, atau masyarakat awam.
- c. *A well Known Personality Interview*
Tujuannya untuk menegaskan kredibilitas sebuah informasi, sehingga informasi mempunyai arti yang lebih penting. Sasaran wawancara biasanya kelompok ahli atau orang-orang yang mempunyai kredibilitas terhadap sebuah isu, termasuk profesi dan keahliannya. Sehingga khalayak lebih percaya terhadap pernyataan nara sumber

¹¹⁸ Chuck Crouse, 1992. *Reporting For Radio*, USA, Bonus Book Inc., h. 44-45

¹¹⁹ Errol Jonathans, op.cit., h 98

Menurut Errol Jonathans, dalam wawancara di Radio Suara Surabaya dilakukan oleh *gatekeeper* maupun penyiar pada pendengar yang menelepon dan mengudara untuk menyampaikan informasi maupun berpendapat tentang suatu hal. Wawancara juga dilakukan pada nara sumber yang berkompeten menjelaskan suatu permasalahan tertentu. Menurut Errol Jonathans, dalam wawancara pantang menyudutkan pendengar maupun nara sumber sehingga merasa dipermalukan di udara, yang didengar khalayak karena jawaban-jawabannya dimentahkan pewawancara. Wawancara merupakan kegiatan diskusi bukan mendebat pendengar dan nara sumber sebagai pernyataan ketidaksetujuan pewawancara atas jawaban yang diberikan. Atau secara demonstratif menyanggah jawaban pendengar dan nara sumber¹²⁰.

IV.3.3 Reportase

Reportase menurut Edwin Emery adalah kegiatan untuk menyampaikan berita (*reporting the news*) dan menawarkan opini dan interpretasi berdasarkan berita (*offering interpretation and opinion based on news*). Dari kegiatan reportase itu, radio berpeluang menjadi medium tercepat sedangkan ketika menawarkan interpretasi dan opini, dapat memunculkan jalinan interaktif dan intensif, sehingga radio berpeluang menjadi semacam forum¹²¹.

Kegiatan reportase harus tetap mengacu pada teori *accuracy, balance, clarity dan credibility*. *Accuracy* (akurat) merupakan fondasi jurnalistik untuk mendapatkan kepercayaan dari pendengar, karena sekali reportase tidak akurat, itu sama dengan mempertaruhkan kredibilitas pelaku reportase. *Balance*

¹²⁰ Ibid., h. 100-101

¹²¹ Ibid., h. 41

(seimbang), kegiatan reportase harus seimbang menggambarkan peristiwa dari pihak-pihak yang berkepentingan, tidak hanya satu pihak saja. *Clarity* (kejelasan), diukur dari apakah khalayak pendengar mengerti maksud reportase, mulai dari kejelasan suara, topik, alur, kosakata, bahasa. Dalam kegiatan reportase radio, dengan konsep interaktif bisa dilakukan oleh reporter yang ditugaskan oleh radio, atau bisa dilakukan oleh pendengar yang melihat langsung kejadian dan kemudian memberikan laporannya¹²².

Reportase di Radio Suara Surabaya dilakukan pendengar yang melaporkan suatu peristiwa yang mereka temui di lapangan. Reportase juga dilakukan reporter Radio Suara Surabaya yang melaporkan kejadian maupun isu-isu tertentu yang dihimpun dari berbagai nara sumber yang ada di lapangan. Errol Jonathans Direktur Operasional Radio Suara Surabaya mengatakan, kegiatan reportase adalah merencanakan, menggali, meliput, melaporkan dan menyiarkan informasi untuk khalayak. Reportase mewakili mata dan telinga khalayak untuk melaporkan suatu kejadian yang dilihat dan didengar langsung oleh reporter¹²³.

¹²² Ibid. 74-75

¹²³ Errol Jonathans. op.cit. h. 40

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

V.1. Karakteristik Sasaran Penelitian

Wawancara mendalam dilakukan pada 14 pendengar Radio Suara Surabaya. Terdiri dari 10 pendengar laki-laki dan 4 pendengar perempuan. Pendengar Radio Suara Surabaya yang diwawancarai terdiri dari berbagai tingkat pendidikan yaitu SMP, SMA, S1 dan S2 dan S3. Dari jenis pekerjaan, para responden dari kalangan *white colar*, *blue colar*, wiraswasta, ibu rumah tangga, wanita karier dan mahasiswa. Dari tingkat sosial ekonomi, pendengar Radio Suara Surabaya yang menjadi responden dalam penelitian ini memiliki pengeluaran belanja bulanan (SES) kelas C (Rp 750.000,- - Rp 1.500.000,-), kelas B (Rp 1.500.000,- - Rp 2.000.000,-) dan kelas A (> Rp 2.000.000,-). Penelitian dilakukan pada pendengar Radio Suara Surabaya di Surabaya dan pendengar yang ada di luar Surabaya, diantaranya di Samarinda Kalimantan Timur dan Merauke Papua. Berikut rincian karakteristik responden dalam penelitian ini :

1. Dian Setiawan

Dian Sctiawan berusia 22 tahun, tinggal di Jagir Sidoresmo VI/158 Surabaya. Dian saat ini sedang menyelesaikan skripsinya sebagai mahasiswa Fakultas Teknik Sipil Institut Teknologi 10 Nopember Surabaya. Sehari-hari Dian Setiawan banyak meluangkan waktunya untuk kegiatan kampus dan mencari referensi yang berkaitan langsung dengan skripsinya. *Browsing* di internet dan

menggali banyak pengetahuan tentang *information technology* (IT) merupakan bagian dari kegiatan Dian di kampus.

Peneliti memilih Dian Setiawan sebagai sasaran penelitian, karena Dian termasuk pendengar muda yang persentasenya hanya 11% dari data total keseluruhan pendengar Radio Suara Surabaya. Dian termasuk pendengar yang memiliki waktu mendengarkan (*time spare listening*) siaran Radio Suara Surabaya yang panjang lebih dari rata-rata pendengar Radio Suara Surabaya sekitar 1 jam 40 menit. Dian juga pendengar yang aktif menelepon ke Radio Suara Surabaya, terutama untuk menanyakan hal-hal yang berkaitan dengan *information technology*.

Dian Setiawan pertama kali mendengarkan Radio Suara Surabaya tahun 2003. Itu karena ayahnya setiap hari mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya, baik di rumah maupun ketika dalam perjalanan di mobil. Sang ayah menyarankan supaya Dian mencoba mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya daripada mendengarkan radio yang hanya memutar lagu-lagu, karena banyak informasi di Radio Suara Surabaya yang bisa dimanfaatkan. Seperti ungkapan bahasa Jawa, *tresno jalaran soko kulino*, karena sering mendengar siaran Radio Suara Surabaya Dian akhirnya menyukai siaran radio dengan pola *news* interaktif itu. Bahkan kebiasaan Dian mendengar Radio Suara Surabaya sekarang ini lebih dari ayahnya. Jika ayah Dian hanya mendengarkan di rumah dan dalam perjalanan, Dian mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya setiap waktu melalui radio yang ada dalam *handphone*. Di rumah, Dian dan ayahnya menyediakan radio khusus di ruang tamu yang khusus hanya untuk gelombang FM 100 Radio Suara Surabaya. Siaran.

Dian menyadari kebiasaannya mendengar Radio Suara Surabaya tidak biasa seperti teman-teman kampusnya yang memilih mendengarkan radio bersegmen anak muda dengan dominasi lagu-lagu dari pada berita. Dian bahkan dianggap teman-temannya 'tidak gaul' karena mendengarkan radio yang banyak didengar orang-orang tua. Tapi Dian punya konsep yang berbeda tentang 'gaul' itu. Gaul menurut Dian adalah mengikuti perkembangan situasi dan kondisi yang ada dengan *update* informasi dari berbagai media. Radio Suara Surabaya merupakan satu diantara media yang bisa memenuhi kebutuhannya untuk mengikuti perkembangan situasi dan kondisi melalui berita-berita yang ada di media. "Radio Suara Surabaya juga sering memutar lagu-lagu anak muda sehingga radio ini bukan lagi monopoli pendengar tua," kata Dian Setiawan.

Diantara berbagai acara yang ada di Radio Suara Surabaya, Dian paling menyukai *talkshow* Dialog IT¹²⁴. Dalam dialog IT, Dian mendapatkan banyak pengetahuan tentang IT, sekaligus bisa berkonsultasi gratis. Untuk mengikuti dialog IT, Dian menyiapkan waktu khusus di rumah mendengarkan Radio Suara Surabaya. Karena padatnya penelepon ke Radio Suara Surabaya, Dian harus menggunakan strategi khusus supaya bisa berinteraktif dengan nara sumber untuk menanyakan hal-hal seputar IT. Biasanya Dian menelepon di jam-jam awal ketika dialog baru dimulai. Cara ini biasanya memungkinkan masuk untuk berinteraktif dan berdiskusi dengan nara sumber.

Dian Setiawan mengaku pernah kecewa dengan Radio Suara Surabaya karena tidak diikutkan dalam kegiatan *off air* training internet. Padahal menurut

¹²⁴ Dialog IT merupakan acara *talkshow* di Radio Suara Surabaya setiap hari Sabtu pukul 12.00-13.00 WIB. Acara ini membahas berbagai masalah tentang teknologi informasi dan perkembangannya yang sedang tren di masyarakat dan menghadirkan nara sumber para praktisi IT.

Dian, ia pertama kali mendaftar sebagai peserta jauh hari sebelum pelaksanaan acara. Tapi pendaftaran itu tiba-tiba dibatalkan dengan alasan peserta sudah penuh. Meski sempat kecewa, Dian Setiawan tetap menjadi pendengar setia Radio Suara Surabaya terutama acara Dialog IT.

2. DR. Iwan Kusmarwanto

DR. Iwan Kusmarwanto berusia 62 tahun, berprofesi sebagai Direktur Pabrik Cat Emco di Jalan Sumatera Surabaya. Iwan memiliki latar belakang pendidikan teknik bidang pesawat terbang. Untuk mengaplikasikan ilmunya, Iwan mengajar di beberapa perguruan tinggi seperti Institut Teknologi 10 Nopember ITS Surabaya, Universitas Gadjah Mada Yogyakarta dan Akademi Angkatan Udara. Iwan Kusmarwanto juga memberi kuliah umum di Universitas Merdeka. Mata kuliah yang diberikan, sesuai bidang yang ditekuni yaitu teknik pesawat terbang. Iwan juga memberi kuliah manajemen, yang sesuai profesinya sekarang sebagai pimpinan perusahaan. Mata kuliah manajemen ini sekaligus *sharing* pengalaman profesinya selama mengelola pabrik cat. Iwan sering menjadi pembicara dalam seminar-seminar di dalam dan luar negeri, juga menjadi penulis dan nara sumber di beberapa media cetak.

Dr Iwan Kusmarwanto menghabiskan waktu untuk membaca buku dan bermain musik bersama band miliknya. Selain menyukai lagu-lagu lama, Iwan juga menyukai musik klasik dan gamelan. Dalam acara Memorabilia¹²⁵,

¹²⁵ Memorabilia merupakan acara yang memutarakan lagu-lagu di era tahun 1970 sampai 1980an baik lagu dari dalam maupun luar negeri. Pendengar bisa *request* lagu-lagu yang diinginkan sambil menceritakan kenangan-kenangan yang dimiliki bersama lagu itu. Memorabilia tayang setiap hari di Radio Suara Surabaya pada hari Jum'at dan Minggu pukul 19.00-22.00 WIB.

Musik Klasik¹²⁶, dan Klasik Rock¹²⁷ di Radio Suara Surabaya, Iwan biasanya ikut berinteraktif *merequest* lagu-lagu kesukaannya. Kadang Iwan meminjamkan CD lagu-lagu miliknya pada penyiar acara supaya diputar pada acara-acara itu. Sedangkan musik gamelan biasanya didengarkan Iwan dari radio MTB ketika sedang bersantai di kantor pada siang hari.

Dunia radio tidak asing lagi bagi DR. Iwan Kusmarwanto. Sejak mahasiswa, Iwan banyak belajar tentang radio bahkan membuat sendiri radio kampus bersama teman-teman kuliah. Pemancar dan berbagai peralatan radio termasuk program-programnya dibuat sendiri. Sekitar tahun 1991-1992, Iwan mencoba-coba membuat radio yang mampu dipancarkan jarak 2 km dari rumahnya. Radionya waktu itu merupakan radio kelompok belajar bersama bahasa Inggris. Iwan yang menguasai Bahasa Inggris memberikan bimbingan berbicara yang benar dalam bahasan Inggris melalui radio.

DR Iwan Kusmarwanto lahir dari keluarga yang memiliki usaha radio. Orang tuanya pemilik radio di Surabaya yang juga sahabat Soetojo Sukomihardjo Direktur Utama PT Radio Fiskaria Jaya Suara Surabaya. Menurut Iwan, waktu itu hanya ada tiga radio yang memiliki teknologi yang hampir sama canggihnya, yaitu SCFM, Cakra Awigra, Radio Kasino juga ada Radio Riset Mahasiswa Indonesia. Iwan sering melakukan komunikasi dengan para teknisi radio-radio itu untuk berbagi pengalaman tentang teknologi keradioan.

¹²⁶ Musik Klasik merupakan acara yang memutar lagu-lagu klasik karya komposer dari dalam dan luar negeri. Pendengar bisa *merequest* lagu-lagu klasik yang ingin didengar di acara ini. Musik Klasik hadir di Radio Suara Surabaya setiap Kamis pukul 21.00-23.00 WIB.

¹²⁷ Klasik Rock adalah acara musik yang memutar lagu-lagu rock di era tahun 1970-1980an dari luar maupun dalam negeri. Biasanya dalam acara ini ada nara sumber pemusik rock yang menceritakan sejarah lagu-lagu yang akan diputar dan analisa musiknya. Klasik Rock tayang di Radio Suara Surabaya setiap Sabtu pukul 21.00-23.00 WIB

Peneliti memilih DR Iwan Kusmarwanto sebagai sasaran penelitian karena Iwan termasuk pendengar aktif yang beberapa kali mengudara dalam sehari di Radio Suara Surabaya. Ketika mengudara, Iwan tidak menyampaikan laporan lalu lintas seperti kebanyakan pendengar lainnya, tapi lebih sering terlibat dalam acara-acara diskusi bahkan juga pernah menjadi nara sumber untuk hal-hal yang berkaitan dengan bidang keilmuannya.

DR. Iwan Kusmarwanto menjadi pendengar Radio Suara Surabaya sejak 1999. Waktu itu Radio Suara Surabaya dinilai Iwan masih kurang menyiarkan hal-hal yang bersifat teknis. Bisa dikatakan, Iwan adalah pendengar yang pertama kali menyuarakan dialog-dialog tentang teknik dibicarakan dalam siaran Radio Suara Surabaya.

Iwan sangat menyukai acara Wawasan¹²⁸ dan Dialog Lembaga Konsumen Media (LKM)¹²⁹. Dalam acara wawasan, Iwan sering memberikan pendapat-pendapatnya terhadap topik-topik yang sedang diperbincangkan. Terutama topik tentang pendidikan, lingkungan maupun masalah teknik. Sedangkan Dialog LKM disukai Iwan karena acara itu membahas tentang pers, radio, televisi. Iwan menjadi bagian dari konsumen media yang ingin memberi kritik pada stasiun televisi dan program-programnya.

¹²⁸ Acara *talkshow* di Radio Suara Surabaya yang membahas berbagai masalah yang sedang ramai dibicarakan masyarakat. Dalam acara itu masyarakat diberi kesempatan untuk menyampaikan pendapatnya beserta solusi terhadap masalah yang sedang dibicarakan. Dalam wawasan biasanya dilakukan perbincangan dengan nara sumber yang berkompeten. Acara wawasan setiap hari Senin sampai Kamis pukul 07.00-09.00 WIB

¹²⁹ Dialog LKM merupakan acara *talkshow* di Radio Suara Surabaya yang membahas tentang pemberitaan-pemberitaan media massa. Masyarakat selaku konsumen media bisa mengkritisi isi media. Dialog LKM tayang setiap Selasa pukul 15.00-16.30 WIB.

3. Hj. S. Nahariensih Hartoyik S.H.

Naharinsih Hartoyik warga Wonosari Kidul IIB/5 Surabaya seorang ibu rumah tangga berusia 54 tahun yang banyak beraktivitas di bidang sosial. Ia aktif di berbagai organisasi diantaranya anggota bidang organisasi politik badan Kerjasama Organisasi Wanita (BKOW) Propinsi Jawa Timur, pengurus pengajian Al Hidayah Propinsi Jawa Timur, dan ketua Ikatan Istri Veteran Surabaya dan PKK. Nahariensih pernah menjadi calon anggota legislatif Surabaya pada Pemilu 2004 dari Partai Golkar tapi gagal menjadi anggota legislatif. Ibu empat putra-putri dan nenek dari beberapa cucu ini suka membaca dan *travelling*. Sebagian dari pengeluarannya per bulan yang lebih dari Rp 4.000.000,- itu digunakan untuk kedua *hobby*nya itu.

Nahariensih menjadi pendengar Radio Suara Surabaya sejak tahun 1980an ketika masih tinggal di Margorejo Surabaya. Sampai akhirnya pindah ke Wonosari Kidul tempat tinggal sekarang, Radio Suara Suarabaya tetap didengarkan. Meski sudah menjadi pendengar sejak tahun 1980an, baru sekitar sepuluh tahun terakhir Nahariensih sering menelepon dan menyampaikan pendapat maupun opini dalam siaran Radio Suara Surabaya. Di udara, Nahariensih dikenal akrab dengan panggilan 'Bu Nahar', padahal biasanya Nahariensih dikenal dengan nama 'Bu Hartoyik' dari nama suaminya. Nahariensih sengaja memilih nama 'Bu Nahar' di udara untuk menyamarkan diri dari teman-temannya. Tapi lama-kelamaan banyak temannya yang mengetahui dari gaya bicaranya di radio. Nahariensih menyalakan radionya untuk mendengarkan Radio Suara Surabaya selama hampir 24 jam, baik radio di rumah

maupun radio mobil. *Channel FM 100* menurut Nahariensih tidak pernah bergeser.

Iman Dwi Hartanto pengasuh acara memorabilia adalah penyiar favorit Nahariensih. Selain itu Nahariensih juga menyukai gaya siaran Aries Widodojoko, Wismanti dan Restu Indah. Menurut Nahariensih, penyiar Radio Suara Surabaya mempunyai pengetahuan luas, pintar dan sabar menghadapi pendengar yang memiliki karakter berbeda-beda. Selain menyukai acara memorabilia, Nahariensih juga suka mendengar dialog Halo Polisi¹³⁰ dan Pelayanan Publik¹³¹.

Peneliti memilih Nahariensih Hartoyik sebagai sasaran penelitian karena merupakan pendengar perempuan yang aktif menelepon dan mengudara di Radio Suara Surabaya. Selain itu Nahariensih juga seorang ibu rumah tangga tapi mempunyai banyak aktifitas organisasi. Di Radio Suara Surabaya, Nahariensih tidak hanya aktif menyampaikan informasi lalu lintas tapi juga terlibat dalam diskusi dalam dialog tentang kesehatan, perempuan dan masalah sosial.

4. Y.S. Bambang Wahyono

Y.S. Bambang wahyono, 54 tahun bertempat tinggal di Semolowaru Selatan XIII/16 Surabaya. Bambang menjabat manager produksi di PT Wonosari Jaya, perusahaan perodusen baja di Simojawar Surabaya. Dengan pengeluaran lebih dari Rp 2.000.000,-, Bambang Wahyono banyak mengalokasikan

¹³⁰ Halo Polisi merupakan acara yang mempertemukan polisi dengan pendengar Radio Suara Surabaya untuk menyampaikan berbagai informasi tentang tindak kriminal, lalu lintas maupun pengamanan di Surabaya. Acara Halo Polisi dulu pernah tayang setiap Senin pukul 10.00-11.00 WIB, tapi sekarang sudah tidak ada lagi.

¹³¹ Pelayanan publik adalah acara mingguan yang tayang setiap Selasa pukul 07.00-08.00 WIB. Acara ini menghadirkan nara sumber dari berbagai instansi di Surabaya untuk berdiskusi dengan pendengar tentang pelayanan publik yang dilakukan untuk masyarakat. Dalam acara ini, pendengar bisa menyampaikan keluhan, masukan, kritik dan saran dalam pelayanan publik.

pengeluarannya untuk membiayai pendidikan 3 putrinya, mendanai berbagai kegiatan sosial dan membeli suplemen kesehatan. Bambang rutin berolah raga senam juga aktif dalam kegiatan kerohanian gereja.

Bambang Wahyono dipilih sebagai sasaran penelitian oleh peneliti karena Bambang Wahyono termasuk pendengar pasif, yang rajin mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya tapi tidak pernah menelepon. Meski sebagai *silent audience* Bambang Wahyono termasuk target prioritas pendengar yang dibidik Radio Suara Surabaya. Bambang Wahyono yang berprofesi sebagai manager dengan pengeluaran bulanan (SES) lebih dari Rp 2.000.000,- merupakan pendengar yang potensial untuk pasar dari produk-produk yang diiklankan di Radio Suara Surabaya.

Bambang Wahyono menjadi pendengar Radio Suara Surabaya sejak tahun 2000. Radio Suara Surabaya didengarkan pada saat dalam perjalanan dengan mobil. Terutama pada pagi hari waktu berangkat kerja dan sore hari ketika pulang kerja. Dalam perjalanan di dalam dan luar kota pun, siaran Radio Suara Surabaya yang didengarkan. “Dalam perjalanan di luar kota selama masih bisa terima siarannya ya.. saya dengarkan SS,” kata Bambang. Acara yang disukai di Radio Suara Surabaya diantaranya Wawasan, karena di acara itu banyak masukkan-masukkan dari nara sumber maupun pendengar-pendengar lain untuk menambah informasi yang menarik untuk diikuti. Acara lain yang disukai Bambang Wahyono adalah dialog LKM. Di acara itu Bambang bisa menambah wawasannya tentang media massa dari orang-orang yang berkompeten. Bambang merasa harus mengetahui perkembangan media massa karena dari sanalah diperoleh berita-berita untuk mengupdate informasi. Bambang juga menyukai

acara Dialog Manajemen¹³², musik klasik dan klasik rock. Menurut Bambang Wahyono, acara musik klasik dan klasik rock membuat variasi siaran berita di Radio Suara Surabaya.

5. Ahmad Jabir ST.MT.

Ahmad Jabir ST.MT. usia 38 tahun adalah anggota legislatif dari Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dan menjabat sebagai Ketua Komisi D Bidang Kesejahteraan Sosial DPRD Surabaya. Pendidikan terakhir Ahmad Jabir adalah, S2 di teknik sipil. Ahmad Jabir juga masih tercatat sebagai dosen di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dengan pengeluaran lebih dari Rp 2.000.000,- warga Wiguna Selatan I/49 Surabaya ini banyak mengalokasikan untuk membeli buku-buku tentang Islam, manajemen dan buku-buku pengetahuan lainnya untuk memenuhi kegemaran membacanya.

Peneliti memilih Ahmad Jabir sebagai sasaran penelitian karena profesinya sebagai anggota legislatif DPRD Surabaya yang banyak disorot kinerjanya oleh pendengar Radio Suara Surabaya. Ahmad Jabir merupakan pendengar Radio Suara Surabaya yang juga sering mengudara untuk memberi tanggapan atas masukan-masukan dari pendengar. Sebagai anggota dewan, menurut Jabir, informasi dari masyarakat sangat penting untuk menilai kinerja anggota legislatif maupun eksekutif.

Ahmad Jabir menjadi pendengar Radio Suara Surabaya sejak tahun 2000 waktu pindah ke Surabaya dari Bandung. Menurut Jabir yang waktu itu masih

¹³² Dialog Manajemen acara yang membahas masalah manajemen perusahaan yang banyak menghadirkan pembicara dari praktisi-praktisi manajemen untuk berbagi pengalaman tentang kemampuan manajerialnya. Dialog Manajemen di Radio Suara Surabaya setiap hari Sabtu pukul 08.00-09.30 WIB.

menjabat Pembantu Dekan I Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, sejak tahun 1999 ketika reformasi bergulir, radio digunakan sebagai media untuk *update* informasi perkembangan situasi dan kondisi negara. Di Bandung, Jabir menjadi pendengar Mara FM dan Ganesa. Kembali ke Surabaya Jabir menemukan radio dengan format yang sama memberitakan *news* di Radio Suara Surabaya. Kebiasaan Jabir mendengar Radio Suara Surabaya karena beberapa rekan dan saudaranya ketika dalam perjalanan mendengarkan mendengarkan Raddi Suara Surabaya, akhirnya Jabir juga ikut mendengarkan.

Menurut Jabir semua acara yang ada di Radio Suara Surabaya itu memiliki dimensi informasi. Ketika Jabir aktif mengelola fakultas sebagai Pembantu Dekan I, Jabir merasa punya kepentingan untuk berkomunikasi terhadap masyarakat dan respon masyarakat terhadap pendidikan. Dengan jabatan itu, Ahmad Jabir menggunakan Radio Suara Surabaya untuk membangun *networking* dengan pihak luar dan kebutuhan akan informasi. Apalagi ketika tahun 2004 Jabir menjabat sebagai anggota legislatif, informasi dari masyarakat semakin dibutuhkan. Menurut Jabir, radio umumnya hanya menyiarkan informasi dan hiburan sedangkan aspek pendidikan kurang diperhatikan, sedangkan Radio Suara Surabaya mulai membicarakan masalah pendidikan meskipun belum dominan. Menurut Jabir, sampai hari informasi di Radio Suara Surabaya belum *balance* dalam menyampaikan informasi, sehingga sering Radio Suara Surabaya hanya menjadi tempat curhatnya masyarakat dari pada aspek pendidikan untuk masyarakat.

Menurut Ahmad Jabir, Radio Suara Surabaya cukup bagus mengakomodir partisipasi publiknya. Pendengar saling memberikan informasi sehingga

kepedulian publik itu memberi kontribusi dalam informasi. Tapi sayangnya meski memberi kesempatan pada masyarakat untuk menyampaikan pendapatnya, menurut Jabir, Radio Suara Surabaya kadang kurang solutif dan hanya mengandalkan perdebatan diantara pendengar tanpa ada penyelesaian dari sumber-sumber yang kompeten.

6. Minanik

Minanik, 51 tahun, warga Wiyung gang Taman Bakti Nomor 16 Surabaya. Minanik seorang ibu rumah tangga yang menghabiskan waktunya di rumah untuk berbagai aktivitas domestik. Suami bekerja sebagai sopir angkutan kota yang biasa mangkal di Terminal Joyoboyo. Minanik menamatkan pendidikan SMP. Ia punya kesenangan membaca koran Memorandum yang banyak menyajikan berita-berita kriminal.

Peneliti memilih Minanik sebagai sasaran penelitian karena Minanik termasuk pendengar pasif (*silent audience*). Minanik juga pendengar perempuan yang lebih banyak menghabiskan waktu dalam aktifitas rumah tangga. Meski tidak pernah menelepon ke Radio Suara Surabaya, Minanik tidak pernah ketinggalan informasi karena hampir 24 jam waktunya digunakan untuk mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya.

Minanik menjadi pendengar Radio Suara Surabaya sejak tahun 2000. Biasanya Minanik mendengar Radio Suara Surabaya di rumah sambil melakukan aktifitas domestik. Dengan radio kecil yang bisa dibawa kemana-mana, Minanik mendengarkan Radio Suara Surabaya. Di depan maupun belakang rumah, dapur dan ruang tamu, radio tidak pernah ketinggalan dan selalu menyala siaran Radio

Suara Surabaya. Siaran Radio Suara Surabaya yang disukai Minanik terutama masalah kriminalitas, ini sesuai dengan kesukaannya membaca Memorandum yang menyajikan berita-berita kriminal. Selain itu Minanik juga menyukai acara Ragam Perempuan¹³³ dan berbagai informasi tentang pelayanan publik.

Meski sudah enam tahun mendengarkan Radio Suara Surabaya, belum pernah sekali pun Minanik menelepon untuk menyampaikan informasi atau berpendapat. Biasanya jika ada suatu masalah, Minanik menyampaikan pada Wisnanti salah satu penyiar Radio Suara Surabaya yang bertetangga dengannya.

7. Aloysius Dumatubun

Aloysius Dumatubun, usia 42 tahun, seorang pengusaha di bidang properti yang tinggal di Jalan Sumatera nomor 14 Merauke Papua. Sejak kuliah di Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, Aloysius sudah aktif dalam gerakan mahasiswa yang vokal mengkritik pemerintah melalui tulisan-tulisannya di media kampus. Meski tinggal di Merauke Papua, Aloysius masih sering pergi pulang Merauke Surabaya.

Dipilihnya Aloysius Dumatubun sebagai sasaran penelitian, karena Aloysius termasuk pendengar yang jauh secara geografis dengan Radio Suara Surabaya. Aloysius memanfaatkan teknologi satelit untuk mendengarkan informasi di Radio Suara Surabaya. Aloysius juga termasuk pendengar aktif yang

¹³³ Ragam Perempuan adalah acara *talkshow* yang memberi kesempatan pada perempuan bersuara menyampaikan pendapatnya tentang topik-topik yang diperbincangkan. Ragam Perempuan membahas masalah-masalah perempuan dengan menghadirkan nara sumber yang kompeten termasuk di dalamnya terdapat testimoni dari orang-orang yang sedang diperbincangkan. Ragam Perempuan hadir di Radio Suara Surabaya setiap Sabtu pukul 10.00-11.00 WIB

menelepon ke Radio Suara Surabaya untuk mengkritik kinerja pemerintah, meski bertempat tinggal di Merauke Papua.

Aloysius Dumatubun menjadi pendengar Radio Suara Surabaya sejak tahun 1991 sampai sekarang, meski saat ini lebih banyak berada di Merauke Papua. Di Merauke, Aloysius mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya melalui satelit telkom 1 sejak setahun lalu. Alasan Aloysius ingin selalu mendengar siaran Radio Suara Surabaya karena di radio ini pendengar bisa mengungkapkan dengan leluasa apa yang dilihat dan dirasakan, seperti pelayanan publik di Jawa Timur bisa diungkapkan di udara. Di Merauke, Aloysius hanya bisa mendengarkan Radio Suara Surabaya pada malam hari. Ini berbeda dengan kebiasaannya di Surabaya, Aloysius mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya pagi sampai malam hari karena radio tidak pernah dimatikan.

Sesekali Aloysius berinteraktif di Radio Suara Surabaya untuk beropini tentang suatu masalah yang sedang diperbincangkan. Menurut Aloysius untuk kepentingan menelepon itu ia bisa menghabiskan pulsa sampai ratusan ribu bahkan jutaan rupiah per bulan. Biaya mahal untuk pulsa telepon bagi Aloysius bukan masalah asalkan bisa menyalurkan pendapatnya yang tidak terakomodir oleh media manapun di Merauke Papua. Mengudara di Radio Suara Surabaya menurut Aloysius membuatnya semakin berani bicara menyampaikan pendapatnya melalui media.

8. Sukma Rachmadhani

Sukma Rachmadhani, 20 tahun, mahasiswi Fakultas Ekonomi semester 2 di Universitas Airlangga Surabaya. Sukma merupakan sasaran penelitian yang

paling muda diantara yang lain. Meski masih mahasiswi, di usia muda Sukma sudah mengelola usaha orang tuanya di bidang dekorasi pengantin dan *catering*. Sukma juga aktif dalam keanggotaan Asosiasi Manager. Alumnus SMA Negeri 5 Surabaya itu menggunakan pengeluarannya Rp 1.500.000,- sampai Rp 2.000.000,- per bulan untuk kebutuhan kuliah, membeli buku dan *travelling*.

Peneliti memilih Sukma Rachmadhani menjadi sasaran penelitian karena Sukma termasuk pendengar muda, perempuan, yang aktif menelepon ke Radio Suara Surabaya. Sukma menelepon untuk memberi informasi lalu lintas selain itu juga sering bergabung dengan acara Perspektif yang banyak mendiskusikan tentang problematika anak muda.

Sukma menjadi pendengar Radio Suara Surabaya sejak tahun 1999, berawal dari sang ayah yang suka mendengar informasi lalu lintas ketika sedang berkendara di jalan. Setiap kali masuk mobil, yang *on* hanya Radio Suara Surabaya karena sudah menjadi kebutuhannya ketika berkendara di jalan. Sukma biasanya menghabiskan waktu lebih dari 6 jam untuk mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya. Informasi lalu lintas merupakan yang utama ingin didengarkan Sukma dari Radio Suara Surabaya, selebihnya acara lain bisa menambah wawasan dan pengetahuan.

Acara paling digemari Sukma di Radio Suara Surabaya adalah Dialog Perspektif Orang Muda¹³⁴. Itu karena yang menjadi nara sumber dalam acara ini adalah anak-anak muda yang mendiskusikan berbagai masalah. Topik yang didiskusikan selalu aktual diangkat dari perspektif anak muda. Meski acara ini

¹³⁴ Dialog Perspektif Orang Muda tayang di Radio Suara Surabaya setiap Selasa pukul 21.00-22.00 WIB. Dialog ini membahas berbagai masalah anak muda, dilihat dari sisi anak muda dengan menghadirkan nara sumber anak-anak muda. Pendengar diajak terlibat secara aktif dalam perbincangan ini, untuk memberi opini tentang masalah yang didiskusikan.

ditujukan untuk anak muda, banyak juga orang tua yang ikut bergabung. Menurut Sukma, para orang tua yang ikut *urun rembug* itu justru membuat acara itu menjadi saling mengisi dengan keragaman pendengar Radio Suara Surabaya. Dari Dialog Perspektif Orang Muda, Sukma mengambil manfaat bahwa sebagai anak muda seharusnya mulai mempersiapkan masa depannya, bukan hanya berpikir kesenangan. Karena persaingannya di dunia kerja sudah semakin ketat, hanya orang yang berkualitas yang mampu bersaing. Menurut Sukma, acara ini sekaligus memberi wacana pada orang tua, bahwa tidak semua anak muda hidupnya hanya untuk senang-senang dan glamour. Tapi banyak juga anak muda yang masih peduli dengan masa depannya dan ingin menambah pengetahuan dan wawasan, diantaranya dengan diskusi dalam Dialog Perspektif Orang Muda.

Menjadi pendengar Radio Suara Surabaya membuat Sukma banyak mengambil pelajaran. Misalnya, sejak peristiwa longsor di pemandian Pacet Mojokerto beberapa tahun lalu, siaran Radio Suara Surabaya terus membicarakan tentang lingkungan misalnya pentingnya penjagaan hutan-hutan dan memelihara lingkungan sekitar dari sampah. Karena itu, sampai sekarang kemanapun pergi, Sukma selalu membawa tas plastik untuk tempat sampah. Sukma tidak mau buang sampah sembarangan, kantong plastik itu berfungsi untuk menampung sampah sementara yang kemudian dibuang ke tempat sampah. Bagi Sukma, itulah upaya penyelamatan lingkungan yang bisa dilakukan.

Sukma sering menelepon ke Radio Suara Surabaya untuk memberikan informasi lalu lintas. Menurut Sukma, informasi lalu lintas yang diberikan bisa membantu orang yang lain yang sedang menempuh jalur yang sama. Karena banyak manfaat untuk pendengar yang lain, menurut Sukma telepon ke Radio

Suara Surabaya tidak ada ruginya meskipun harus kehilangan pulsa. Pertama kali menelepon ke Radio Suara Surabaya membuat Sukma ‘ketagihan’ untuk terus menelepon setiap ada informasi di jalan. “SS seperti ada narkobanya, membuat orang jadi katagihan,” kata Sukma tentang kebiasaannya berinteraktif dengan Radio Suara Surabaya. Waktu pertama kali menelepon dan menyampaikan informasi ke Radio Suara Surabaya, meski tidak langsung *on air* dan informasi dibacakan *gate keeper* senangnya bukan main. “Bisa masuk SS rasanya mau sujud syukur,” kata Sukma.

9. Drs. Sunarno

Drs. Sunarno, 43 tahun, kepala bidang hubungan masyarakat di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Surabaya. Karena jabatannya, Sunarno banyak berhubungan dengan wartawan dari berbagai media massa. Peneliti memilih Sunarno sebagai sasaran penelitian karena Sunarno termasuk humas institusi layanan publik yang sangat aktif merespon laporan pendengar tentang masalah air PDAM di Radio Suara Surabaya. Selain merespon laporan pendengar, Sunarno juga memanfaatkan siaran Radio Suara Surabaya untuk menginformasikan tentang gangguan air PDAM.

Sunarno mendengarkan Radio Suara Surabaya sejak tahun 2000. Sebagai humas di institusi pelayanan publik, mendengarkan Radio Suara Surabaya merupakan kebutuhan. Karena itu, Sunarno mendengarkan Radio Suara Surabaya hampir 24 jam, baik di kantor, rumah maupun ketika dalam perjalanan di mobil. Di Radio Suara Surabaya, Sunarno bisa mendengar laporan masyarakat yang bermasalah dengan PDAM, mulai dari air tidak mengalir, air keruh, kebocoran

air, tagihan rekening air dan sambungan pipa ke rumah pelanggan. Menurut Sunarno, Radio Suara Surabaya sangat efektif dalam membantu kinerja PDAM Surabaya. Dari laporan masyarakat itu, justru bagian humas bisa mengontrol kinerja pelayanan PDAM pada para pelanggannya.

Menurut Sunarno, laporan dari masyarakat yang masuk melalui Radio Suara Surabaya hanya sekitar 1% dari total laporan yang masuk dalam database PDAM. Setiap hari ada sekitar 5 sampai 10 laporan yang diterima PDAM dari Radio Suara Surabaya. Meski tidak banyak laporan dari masyarakat yang masuk melalui Radio Suara Surabaya, tapi penanganan atas laporan itu lebih diutamakan. Menurut Sunarno, itu menyangkut citra perusahaan di mata publik. Jika ada laporan dari masyarakat tapi tidak segera direspon oleh PDAM, itu bisa membuat citra PDAM buruk, karena PDAM dianggap tidak responsif dan pelayanannya kurang baik pada masyarakat. Di Radio Suara Surabaya terdapat data yang akurat tentang laporan masyarakat. Termasuk pelapor dan tempat dimana air PDAM dikeluhkan, semua terdata dengan baik. Sehingga ketika diperiksa laporan tersebut dan diteruskan pada petugas lapangan, bisa jelas masalah dan penanganannya.

Selain menggunakan Radio Suara Surabaya untuk mendapatkan informasi dari masyarakat tentang pelayanan PDAM, Sunarno juga menggunakan Radio Suara Surabaya untuk memberi pengumuman pada masyarakat, misalnya tentang pemadaman air, perbaikan pipa yang membuat pelayanan PDAM terganggu, diberitahukan terlebih dahulu pada masyarakat supaya bisa mengantisipasi.

10. Rudy Gozali

Rudy Gozali, 25 tahun, seorang wiraswastawan muda yang sekarang tinggal di Samarinda Kalimantan Timur. Dalam usia relatif muda, Rudy sudah memulai usahanya di bidang entertainment. Rudy menghabiskan masa liburan untuk *travelling* sekaligus belajar ke China. Sebelumnya Rudy pernah tinggal di Surabaya selama 7 tahun untuk kuliah. Karena 7 tahun itu, Rudy jadi sangat cinta Surabaya dan Jawa Timur. Karena ingin banyak mendapatkan berbagai informasi tentang Jawa Timur, Rudy mengakses Radio Suara Surabaya melalui radio online di internet dari situs www.suarasurabaya.net dan majalah *mossaik*, majalah khas Jawa Timur yang banyak mengulas gaya hidup masyarakat Jawa Timur.

Peneliti memilih Rudy Gozali sebagai sasaran penelitian karena Rudy termasuk pendengar yang masih setia mendengarkan Radio Suara Surabaya meskipun lokasi tempat tinggalnya jauh dari Surabaya. Rudy memanfaatkan internet untuk mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya melalui fasilitas *radio online* dalam situs www.suarasurabaya.net. Rudy juga termasuk pendengar yang aktif menelepon ke Radio Suara Surabaya untuk mengabarkan kondisinya di Samarinda Kalimantan Timur.

Rudy menjadi pendengar Radio Suara Surabaya sejak tahun 2003. Menurut Rudy, mendengarkan Radio Suara Surabaya mempunyai suatu kelebihan, tidak hanya musik tapi juga informasi lainnya. Dibanding radio lainnya, Radio Suara Surabaya menurut Rudy Gozali, mempunyai kelebihan yaitu mampu menyampaikan suatu berita dengan baik dan lugas. Selain itu berita-beritanya bisa mengikuti perkembangan jaman. Rudy menyukai acara Bincang

Otomotif⁴³⁵, Musik Klasik, Memorabilia, dan Ragam Perempuan.

Dari siaran Radio Suara Surabaya, Rudy Gozali banyak mendapatkan pelajaran, terutama mengantisipasi tindak kriminalitas. Di Radio Suara Surabaya sering menyiarkan pengalaman pendengar lainnya yang pernah menjadi korban juga ada tips-tips dari polisi. Rudy pernah juga punya pengalaman mendapat kiriman SMS yang memberitahukan bahwa ia menang undian. Untuk mengecek kebenaran informasi itu, Rudy menelepon ke Radio Suara Surabaya dan mendapat penjelasan bahwa SMS itu hanya bohong belaka. Rudy juga pernah punya pengalaman menggagalkan korban penipuan dalam kasus yang hampir sama dengan yang dialami.

11. Hendra Prasetyo

Hendra Prasetyo merupakan pendengar Radio Suara Surabaya dari etnis Tionghoa, usia 45 tahun, tinggal di Kupang Jaya V/10 Surabaya. Ketika mengudara di Radio Suara Surabaya, ia lebih dikenal dengan nama Hendra Pras. Ayah dua putri yang sudah beranjak remaja ini bekerja sebagai distributor alat-alat rumah tangga di Surabaya dan beberapa kota sekitar. Dengan pengeluaran lebih dari Rp 2.000.000,- per bulan Hendra banyak mengalokasikan pengeluarannya untuk kebutuhan keluarga dan *hobbynya travelling*. Hampir setiap akhir pekan Hendra bersama keluarga memanfaatkan waktu libur ke Kota Batu. Sejak mahasiswa, ketika kuliah di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya,

⁴³⁵ Bincang Otomotif mengulas berbagai masalah otomotif dengan menghadirkan nara sumber kompeten yang membantu memberikan pengetahuan dan tips otomotif. Bincang Otomotif di Radio Suara Surabaya, setiap Rabu pukul 15.00-16.30 WIB. Tiap minggu, Bincang Otomotif menghadirkan tema-tema berbeda sesuai perkembangan otomotif.

Hendra menjadi aktivis gerakan mahasiswa dan pelopor demo-demo mahasiswa yang mengkritik kebijakan pemerintah.

Peneliti memilih Hendra Prasetyo sebagai sasaran penelitian karena Hendra termasuk pendengar yang aktif menelepon ke Radio Suara Surabaya untuk menyampaikan informasi lalu lintas, terlibat dalam diskusi maupun beropini mengkritik kinerja pemerintah.

Hendra Prasetyo menjadi pendengar Radio Suara Surabaya sejak tahun 1996. Awalnya Hendra membutuhkan informasi lalu lintas di Surabaya karena sering terjebak kemacetan kota. Tapi pada saat reformasi tahun 1998, dimana disana banyak sekali kerusuhan terjadi terutama menimpa kalangan etnis Tionghoa, Hendra semakin intens mendengarkan siaran radio Suara Surabaya karena radio ini selalu menyiarkan kejadian-kejadian tentang kerusuhan itu. Sampai sekarang Radio Suara Surabaya digunakan Hendra sebagai sumber informasi, baik tentang lalu lintas maupun berita lainnya. Pasca reformasi Hendra memanfaatkan Radio Suara Surabaya menjadi media untuk berkomunikasi dengan pemerintah kota maupun dinas-dinas yang lain. Menurut Hendra, tidak ada sarana yang lebih tepat selain Radio Suara Surabaya yang bisa menyuarakan masalah yang dikemukakan. Di Radio Suara Surabaya, Hendra bisa menyampaikan tanpa diedit karena ia bisa bicara dan mengudara sendiri. Berbeda dengan media cetak yang harus melalui proses *editing*, yang memungkinkan kalimatnya terpotong.

Mengudara di Radio Suara Surabaya ternyata mempunyai resiko. Hendra merupakan korban teror karena sering berkomentar keras. Teror diterima Hendra sesudah terus-menerus mengkritisi Persebaya dan uang saku anggota dewan. Teror tidak langsung ditujukan pada Hendra tapi diterima melalui istri dan

keluarganya. Teror itu mengancam keselamatan keluarga, jika tidak menghentikan kritik-kritik yang diucapkan melalui Radio Suara Surabaya. Meski dapat teror, tidak menghentikan Hendra bersuara keras di Radio Suara Surabaya untuk terus mengungkapkan kritik-kritiknya. Menurut Hendra, ia tidak akan berhenti berteriak hanya karena teror. Hendra baru akan berhenti mengkritik jika pelayanan publik di Surabaya bagus dan masyarakat menikmati lingkungan yang indah. Selama pelayanan publik masih buruk, KKN terus terjadi, Hendra tidak akan berhenti berteriak. Itu karena sebagai mantan aktivis kemahasiswaan, teror sudah menjadi suatu hal yang biasa.

Bersama beberapa pendengar radio lainnya, Hendra Prasetyo mempelopori berdirinya Komunitas Pendengar Radio di Surabaya. Komunitas yang beranggotakan sekitar 50 keluarga ini sering menggelar pertemuan untuk mengakrabkan sesama pendengar radio di Surabaya. Dalam pertemuan Komunitas Pendengar Radio Surabaya tidak membawa misi apa pun juga tidak membawa kepentingan apapun, tapi untuk bersilahturahmi. Dalam setiap pertemuan, biasanya mengundang ahli kesehatan, pejabat Pemkot Surabaya maupun polisi untuk mendiskusikan berbagai hal. Tapi sekarang dalam pertemuan Komunitas Pendengar Radio Surabaya sudah jarang mengundang nara sumber untuk berdiskusi, karena pertemuan itu sepenuhnya digunakan untuk berinteraksi antar keluarga.

12. Ir. Sri Utami M.Si

Ir. Sri Utami M.Si, 37 tahun, warga Perumahan Magersari Permai Blok AI-22. Utami seorang wanita karier dengan jabatan manager marketing area

Indonesia. Utami juga menjadi dosen pengajar marketing. Bagi Utami mengajar merupakan *hobby* dimana ia bisa mentransfer ilmunya di bidang marketing dan manajemen. Sejak mahasiswa, Utami sering menulis opini-opininya di media massa tentang pendidikan dan lingkungan. Sebagai seorang ibu berputri satu, Utami juga tertarik dengan masalah pendidikan anak. Setiap bulan, Utami mengeluarkan anggaran lebih dari Rp 2.000.000,-, sebagian anggaran itu digunakan untuk membeli buku-buku untuk memenuhi *hobby* membacanya.

Sri Utami merupakan pendengar perempuan dan wanita karier yang aktif menelepon ke Radio Suara Surabaya. Sri Utami termasuk pendengar yang kritis menyampaikan pendapat dalam diskusi yang ada di radio Suara Surabaya. Hal itu yang menjadi alasan peneliti memilih Sri Utami sebagai sasaran penelitian.

Sri Utami menjadi pendengar Radio Suara Surabaya sejak tahun 1992. Utami sebenarnya tidak suka mendengarkan radio. Tapi karena profesinya sebagai marketing yang menuntut ia sering mobile, radio menjadi alternatif temannya selama perjalanan, ketika bosan mendengarkan lagu-lagu. Awalnya Utami mendengarkan acara Wawasan, sejak itu Utami terus mendengarkan Radio Suara Surabaya. Siaran Radio Suara Surabaya menurut Utami tidak sekedar memberikan informasi lalu lintas, tapi lebih dari itu ia mendapat banyak masukan tentang berbagai hal, diantaranya masalah pendidikan, lingkungan dan pemerintahan.

Utami menggunakan Radio Suara Surabaya sebagai media untuk menyampaikan aspirasinya. Utami mengatakan, ketika mengudara ia suka membicarakan apa yang dirasakan dan dipikirkan. Utami tidak mempersoalkan apakah orang suka atau tidak dengan apa yang dibicarakan. Sikap Utami ini dimiliki sejak mahasiswa, ia termasuk orang yang berdiri paling depan untuk

memberontak apa yang terlihat tidak pantas untuk dilakukan. Meski dianggap kontroversial karena terlalu kritis menyampaikan pendapatnya, bagi Utami itu bukan masalah. Radio Suara Surabaya memberi kesempatan padanya untuk menyalurkan pemikiran-pemikirannya. Suka bicara ‘keras’ bukan berarti asal bicara. Menurut Utami bicara di radio, berpendapat tentang apapun, harus berkualitas karena itu menunjukkan kredibilitas orang. Karena itu Utami hanya berkomentar tentang masalah-masalah yang ia kuasai. Jika bukan topik yang dimengerti, Utami memilih hanya mendengarkan saja.

13. Drs. Arif Afandi

Arif Afandi, 43 tahun, pernah menjabat pimpinan redaksi Surat Kabar Jawa Pos. Sekarang ia menjabat sebagai Wakil Walikota Surabaya periode 2005 – 2010 mendampingi Walikota Drs. Bambang Dwi Hartono M.Pd. Sebagai mantan jurnalis, Arif dikenal dekat para wartawan. Ia juga termasuk pejabat yang mudah dikonfirmasi untuk masalah di Pemkot Surabaya. Tulisan-tulisan Arif masih sering muncul di media cetak. Tulisan itu mengulas tentang masalah kota, sebagai *counter* terhadap opini yang muncul di tengah masyarakat. Arif Afandi besar di kalangan keluarga Nahdliyin. Kalangan Nahdliyin ini pula yang mendukungnya hingga memenangkan pilkada Surabaya.

Peneliti memilih Arif Afandi sebagai sasaran penelitian karena jabatannya sebagai Wakil Walikota Surabaya. Kinerja pemerintah kota Surabaya seringkali menjadi sorotan dan perbincangan dalam diskusi-diskusi di Radio Suara Surabaya. Meski Arif termasuk *silent audience*, yaitu pendengar yang hanya mendengarkan saja siaran Radio Suara Surabaya tapi tidak pernah menelepon,

Arif termasuk pejabat yang mudah dihubungi untuk mengudara dan memberikan respon atas masalah yang sedang diperbincangkan pendengar lainnya.

Arif Afandi mendengarkan Radio Suara Surabaya sejak tahun 1985. Pada awalnya Radio suara Surabaya didengarkan sebagai referensi informasi jalan, yang dikenal dengan kelana kota. Karena membutuh informasi lalu lintas, setioap naik mobil Arif pasti memutar Radio Suara Surabaya. Menurut Arif, dulu siaran radio Suara Surabaya lebih banyak menyajikan pesemisme, tidak menyajikan optimisme. Padahal segala sesuatu itu bisa diatasi dan bisa di pecahkan. Tapi yang selalu muncul di Radio Suara Surabaya justru banyak keluhan, komplain, yang bermuara pada pesimisme dan sekedar siaran “caci maki”. Arif Afandi berpendapat, kenyataan hidup ini dan tidak semata-mata hanya dilihat dari sisi negatifnya saja, tapi juga ada sisi positif yang sebetulnya itu menarik untuk di dengarkan orang, dan dimunculkan sebagai suatu relitas sosial. Tapi sekarang kadar siaran pesimisme itu sudah berkurang. Sekarang sudah mulai muncul optimisme sebagai netralisasi terhadap pesimisme-pesimisme yang berkembang pada masyarakat. Menurut Arif, siaran seperti itu baik sekali.

Berbeda ketika menjadi pemimpin redaksi Jawa Pos, dengan jabatan baru sebagai wakil walikota Surabaya, fungsi Radio Suara Surabaya bagi Arif Afandi menjadi berbeda. Dulu Radio Suara Surabaya digunakan sebagai rujukan untuk mendapatkan informasi lalu lintas, tapi sekarang Radio Suara Surabaya dijadikan sebagai radar untuk menjalankan fungsi dan tanggung jawabnya sebagai pejabat publik di kota Surabaya. Dari Radio Suara Surabaya, Arif Afandi bisa mengukur respon dari masyarakat terhadap kebijakan-kebijakan yang telah diambil pemkot Surabaya. Selain itu juga bisa mengukur sejauh mana tingkat kepuasan

masyarakat terhadap apa yang telah dilakukan. Arif juga bisa mengukur apa saja yang masih dianggap kurang oleh masyarakat.

Menurut Arif Afandi, masyarakat yang memberikan masukan pada Pemkot Surabaya melalui siaran interaktif Radio Suara Surabaya merupakan indikator bahwa masyarakat semakin terbuka, pemerintah seharusnya tidak lagi alergi pada kritik. Arif menghargai sikap masyarakat yang makin berani memberikan kritik, asalkan kritik yang konstruktif disertai solusi tidak sekedar menyalahkan. Menurut Arif, Pemkot Surabaya menjadikan informasi dan masukan dari masyarakat itu sebagai informasi yang positif. Informasi dan masukan-masukan yang diterima dari masyarakat melalui Radio Suara Surabaya biasanya oleh Arif langsung diteruskan pada dinas, badan maupun bagian yang bersangkutan tapi tindak lanjut itu tidak selalu disampaikan kepada masyarakat melalui Radio Suara Surabaya karena Arif lebih menyukai tindakan nyata dari pada sekedar berbicara di media.

14. AKP Herry Sucahyo, S.H.

AKP Herry Sucahyo, S.H. seorang perwira polisi yang menjabat Kepala Induk PJR Tol Jawa Timur. Pengeluaran bulanan sekitar Rp 1.500.000,- sampai Rp 2.000.000,- banyak digunakan untuk membeli voucher *handphone*, karena dengan profesinya, Herry Sucahyo harus berkoordinasi dengan berbagai pihak. Herry Sucahyo sangat menyukai film *action* dan banyak meluangkan waktu untuk olah raga, diantaranya *jogging*.

Peneliti memilih Herry Sucahyo sebagai sasaran penelitian karena profesinya sebagai polisi yang aktif memberikan informasi tentang kondisi lalu

lintas, utamanya di jalan tol. Herry termasuk polisi yang sangat cepat merespon informasi dari pendengar, juga aktif melakukan sosialisasi tentang keselamatan berkendara (*savety riding*) di jalan tol.

Herry Sucahyo mendengarkan Radio Suara Surabaya sejak tahun 2001. Awal mendengarkan Radio Suara Surabaya, ketika Herry menjabat Danpom Dasus Saptanas Polwiltabes Surabaya. Ketika itu banyak masyarakat yang menyoroti kinerja polisi. Herry menyadari kritik dan masukan dari masyarakat sangat bermanfaat untuk karena bisa memacu kinerja polisi menjadi lebih baik. Sudah menjadi kewajiban bagi polisi sebagaimana diatur dalam Undang-undang Kepolisian untuk memberikan informasi pada masyarakat dan merespon dengan cepat laporan masyarakat. Herry Sucahyo yang menelpon Radio Suara Surabaya ketika ada hal-hal tentang kelalulintasan.

Menurut Herry Sucahyo, Radio Suara Surabaya bisa digunakan untuk menyebarkan informasi. Misalnya informasi tentang pentingnya penggunaan *savetybelt* sebagai bagian dari keselamatan berkendara (*savety riding*). Radio Suara Surabaya ditempatkan sebagai media sosialisasi aturan pada masyarakat. Sosialisasi pada masyarakat melalui media radio sangat efektif dibanding hanya berteriak-teriak di gerbang tol untuk mengingatkan pengguna jalan. Melalui Radio Suara Surabaya, polisi juga bisa mendidik masyarakat untuk berkendara dengan baik. Menurut Herry, dampak sosialisasi tentang keselamatan berkendara berpengaruh pada cara berkendara masyarakat, yang sekarang akhirnya lebih memilih cara yang aman untuk berkendara.

Keragaman karakteristik para pendengar Radio Suara Surabaya dalam membuat opini, perspektif dan cara pandangnya terhadap siaran *news* interaktif

Radio Suara Surabaya sangat bervariasi. Dari hasil penelitian, tipologi pendengar Radio Suara Surabaya dapat dikategorikan berdasarkan caranya mendengarkan, pemanfaatan siaran, dan interaktifitasnya dengan Radio Suara Surabaya. Pembagian tipologi ini merupakan pengkategorian kualitatif didasarkan hasil wawancara dengan 14 sasaran penelitian. Sebagai media yang menawarkan konsep news interaktif, radio memiliki karakter khusus yang tidak dimiliki media lainnya. Karakter khusus radio dalam menyiarkan berita memiliki keunggulan dalam kecepatan, akurasi berita karena nara sumber yang bisa langsung berbicara di udara dan interaktif yang memungkinkan pendengar terlibat aktif dalam siaran radio. Karakter khusus radio ini, membuat pendengar radio pun memiliki karakter khusus dibanding khalayak media lainnya. Karakter khusus inilah disusun dalam penelitian ini menjadi tipologi-tipologi tertentu.

V.2. Mendengarkan Siaran *News* Interaktif di Radio Suara Surabaya

Pada awalnya khalayak menjadikan radio sebagai media massa yang menyajikan hiburan, dengan menyiarkan lagu-lagu, drama dan berikirim-kirim salam. Tapi seiring perkembangan kondisi sosial politik, tepatnya ketika reformasi bergulir di Indonesia tahun 1998, radio menjadi media yang sangat penting untuk melaporkan detik demi detik suatu berita. Jika dulu hanya Radio Republik Indonesia yang menyajikan berita, maka sekarang semakin banyak radio swasta yang siarannya menggunakan konsep berita.

Pendengar membuat konsep yang berbeda tentang radio dengan konsep *news* atau berita. Menurut pendengar, konsep *news* dalam siaran radio memiliki nilai yang berharga. Seperti dikatakan Hendra Prasetyo.

Berita saya anggap itu informasi yang saya dapat, yang harganya mahal sekali buat saya, nilainya sangat berarti buat saya. Misalkan ada suatu informasi, kemacetan di jalan tol Gempol, kalau saya dapatkan informasi itu, waktu Gempol sudah macet, ya saya turun di Porong, saya tidak membuang bensin dengan banyak. Selain itu suatu keadaan dimana saya dapat lancar, bisa menempuh segala sesuatu dengan baik, itu kan mahal sekali tidak bisa dinilai dengan rupiah. Kalau saya tidak mendengarkan informasi dari radio, mungkin saya bisa ketinggalan dan waktu itu tidak akan kembali lagi saya manfaatkan sebaik-baiknya.

Nilai berharga suatu berita dari radio yang dimaksud Hendra Prasetyo adalah waktu dan biaya, yang tidak bisa tergantikan dengan rupiah. Dengan berita yang diperoleh dari radio, Hendra Prasetyo bisa memanfaatkan waktu untuk menghindari kemacetan lalu lintas, dan menghemat biaya membeli BBM karena bebas dari jebakan macet di jalan. Bagi pengusaha dengan mobilitas kerja tinggi seperti Hendra, waktu sangat berharga. Hendra Prasetyo bisa memanfaatkan waktu untuk mengirim barang ke tempat lain dengan cepat tanpa terganggu lalu lintas. Dengan informasi yang didapat lebih awal, upaya antisipasi dengan mengambil jalur alternatif bisa dilakukan.

Arif Afandi merinci berita radio menjadi alternatif bagi orang yang mempunyai kesibukan tinggi dan tidak sempat membaca surat kabar atau televisi. Kemudahan mengakses radio menjadi pilihan untuk mendengarkan berita-beritanya.

News sesuai dengan karakter radio, *news* itu lebih pada informatif, memberikan informasi tentang keadaan sekeliling kita. Apakah itu dalam lingkup kota ini, lingkup regional, lingkup nasional, maupun lingkup internasional. Dalam skala ini sebetulnya radio seperti ini sangat membantu bagi orang-orang yang punya kesibukan cukup tinggi, sehingga kemudian dia tidak sempat terlalu banyak kesempatan waktu luang untuk membaca, tapi lebih banyak kesempatan untuk mendengarkan. Dan radio punya fungsi yang sangat efektif untuk *segmen* seperti itu.

Bagi Arif Afandi yang mantan pimpinan redaksi Jawa Pos, berita sudah menjadi makanan sehari-hari. Berita lokal, regional, nasional maupun internasional. Arif tetap membutuhkan *up date* berita, yang itu bisa didapat dari radio karena untuk *update* berita melalui media cetak tidak bisa dilakukan oleh pendengar yang mempunyai mobilitas tinggi. Demikian pula untuk informasi lalu lintas, bisa *update* melalui radio untuk mendapatkan kondisi terbaru tentang arus lalu lintas termasuk jalur alternatifnya ketika ada kemacetan. Sudah tepat ketika radio mengambil segmen pendengar yang mempunyai mobilitas tinggi tapi tetap ingin mendapatkan informasi. Sebagai media yang tidak membutuhkan proses produksi yang panjang, radio mampu memenuhi berita yang dibutuhkan pendengar yang sibuk dan memiliki mobilitas tinggi.

Sukma Rachmadhani mengartikan *news* sebagai informasi aktual yang diperoleh langsung dari nara sumber, sehingga berita itu lebih akurat dan bisa dipercaya.

Informasi berita-berita yang aktual itu dari orang yang diwawancara langsung dengan orang yang tepat. Wawancara langsung dengan orang yang bersangkutan rasanya lebih terpercaya.

Sukma adalah tipe pendengar yang tidak mudah mempercayai informasi meski sudah disiarkan melalui media massa. Ini karena pengalaman Sukma mendapatkan informasi yang kurang akurat dari media massa yang lain. Menurut Sukma, jika orang yang bersangkutan mengudara sendiri di radio dan menyampaikan informasi atau mengklarifikasi berita, itulah bentuk akurasi.

Berbeda dengan Sukma, menurut Sri Utami *news* merupakan sesuatu yang bisa diperoleh untuk menambah pengetahuan dan menjadi pelajaran tertentu tentang berbagai hal.

Kalau pelajaran, saya rasa pasti ada. Saya bisa ambil pelajaran dari berita. Dalam proses itu ada sesuatu yang didapat. Kalau nggak, mungkin saya nggak mau bertahan dengan informasi itu. Terutama untuk hal-hal yang saya butuhkan.

Sri Utami merupakan tipe orang yang selalu ingin belajar. Proses belajar untuk menambah pengetahuan bisa didapatkan dari mana saja termasuk radio yang menyiarkan berita. Pengetahuan dan pelajaran itu sangat penting bagi Sri Utami sebagai referensi untuk membantunya menyelesaikan masalah, misalnya tentang pendidikan anak, lingkungan maupun manajemen.

Dari berbagai pernyataan pendengar Radio Suara Surabaya tentang konsep *news* dalam siaran radio, bisa disimpulkan bahwa *news* adalah informasi yang aktual, mempunyai nilai tinggi, dan bisa diambil sebagai pelajaran untuk menyelesaikan masalah. Bagi pendengar, berita di Radio Suara Surabaya dibutuhkan untuk pendengar yang memiliki mobilitas tinggi dan ingin selalu mengikuti perkembangan berita. Berita di radio diperlukan karena pendengar tidak bisa mengkonsumsi media lainnya ketika sedang dalam perjalanan.

Konsep *news* didefinisikan Paul de Maessenner dalam buku *Here's The News Unesco Associate-Expert* adalah sebuah informasi yang baru (*new*) tentang suatu peristiwa yang penting dan menarik perhatian serta minat khalayak pendengar. Konsep lain tentang *news* dikemukakan Mitchel V. Charnley dalam buku *Reporting*, *news* adalah laporan tentang fakta atau opini yang menarik perhatian dan penting yang dibutuhkan sekelompok masyarakat. Charnley dan

james M. Neal menyatakan, berita adalah laporan tentang suatu peristiwa, opini, kecenderungan, situasi, kondisi, interpretasi yang penting, menarik, masih baru dan harus secepatnya disampaikan pada khalayak¹³⁶.

Errol Jonathans merumuskan pengertian berita yang harus memenuhi kriteria aktual di dalamnya terdapat unsur kebaruan yang belum diketahui khalayak dan disebarluaskan oleh media massa, faktual berdasarkan faktanya, penting karena berita harus memiliki nilai berita (*news value*) yang memenuhi kepentingan masyarakat atau tidak punya arti sama sekali, dan berdampak yang artinya berita tersebut membuat khalayak lebih paham, mengerti, mampu mengambil sikap atau tindakan maupun dalam bentuk respon lainnya¹³⁷. Errol Jonathans juga menyimpulkan delapan konsep berita radio yaitu sebagai laporan tercepat, sebagai rekaman, fakta obyektif, insterpretasi (*news behind the news*), sebagai sensasi, minat insani, ramalan, dan gambar. Kriteria berita radio menurut Errol Jonathans, baru dan hangat, memiliki arti bagi khalayak pendengar, melayani kebutuhan khalayak, dan berkaitan dengan kepentingan khalayak¹³⁸.

Menurut Yoyong Burhanudin, Manager Penyiaran Radio Suara Surabaya, *news* yang ditampilkan di Radio Suara Surabaya tidak berbeda dengan *news* yang ada di media massa lainnya. *News* di Radio Suara Surabaya tetap mengandalkan pengelolaan berita dengan rumusan 5W1H yaitu *Who, What, When, Where, Why, dan How*. Tapi dalam fakta siaran Radio Suara Surabaya, ada beberapa 'W' yang

¹³⁶ Errol Jonathans, *op.cit.*, h. 68-69

¹³⁷ *Ibid.*, h. 69

¹³⁸ *Ibid.*, h. 72-74

belum lengkap tapi berita itu sudah bisa diloloskan dengan konsekuensi dilakukan tindak lanjut untuk mencari kelengkapan informasinya¹³⁹.

Misalnya hanya 3W, karena belum lengkap langsung dilakukan klarifikasi. Kalau 3W diyakini sudah *credible*, integritas materinya cukup bisa dipertanggungjawabkan, kita siarkan. Biasanya kalau ada kejadian, orang lebih dulu melihat *What*, *Where* dan *When*, sedangkan *Why* dan *How* biasanya belum tahu.

Menurut Yoyong Burhanudin, berita yang disiarkan Radio Suara Surabaya diambil dari berbagai sumber melalui wawancara langsung, mengambil berita dari kantor berita nasional dan internasional¹⁴⁰.

Konsep *news* di Radio Suara Surabaya dikemas dengan banyak model, *straight news* berita pendek tampil di Lintasan Informasi, ada juga yang disampaikan pendengar lalu pendengar itu diwawancarai oleh penyiar atau *gate keeper*. Kemudian mereka menjelaskan tentang konsep 5W1H. sebenarnya konsep *news* kita tidak spesifik, dasarnya sama dengan konsep jurnalis yang ada, karena kita berangkat dari embrio yang sama dari konsep *news*.

Hingga saat ini, radio tidak lagi sekedar hiburan bagi pendengarnya tapi juga media massa yang dijadikan rujukan untuk mendapatkan berita dari berbagai tempat dalam waktu yang cepat. Ini memenuhi fungsi media seperti pendapat McQuail, sebagai pemberi informasi, korelasi atas makna peristiwa dan informasi, kesinambungan antara budaya dominan dan perkembangan budaya baru, fungsi hiburan dan fungsi media yang mampu memobilisasi tujuan masyarakat di bidang politik, perkembangan ekonomi, dan agama. Tidak hanya sekedar hiburan, menurut Bambang Wahyono radio bisa menjadi tempat untuk mendapatkan berita, tidak sekedar hiburan bagi pendengarnya.

Saya justru banyak memerlukan informasi-informasi dan masukkan-masukkan yang agak serius yang tidak sekedar hiburan

¹³⁹ Wawancara dengan Yoyong Burhanudin Manager Penyiaran Radio Suara Surabaya, tanggal 7 Juli 2006

¹⁴⁰ Ibid

melulu. Berita apapun mengenai pemerintahan, lalu lintas, ilmu pengetahuan, dunia manajemen itu juga sangat menarik.

Bambang Wahyono selama ini masih menilai, radio lebih banyak bermain di ranah hiburan, memutar lagu-lagu dan berkirim-kirim salam. Radio dengan konsep berita menjadi warna lain dari siaran radio yang ada selama ini.

Sementara menurut Dian Setiawan, radio bisa menjadi referensinya untuk mendapatkan berita.

Setiap orang kan butuh berita. Radio itu beritanya *up to date* lah, kan kita nggak bisa ngikutin acara televisi tiap hari. Iya, untuk ke TV aku nggak bisa, karena aku harus ke kampus, kadang jalan. Kalau bawa radio kan bisa dengar terus beritanya.

Bagi Dian Setiawan berita merupakan suatu kebutuhan, utamanya bagi orang yang selalu ingin mengetahui berbagai hal yang terjadi. Radio menjadi media yang tepat untuk memenuhi kebutuhan Dian akan berita. Jika dibandingkan dengan televisi, radio mempunyai keunggulan. Menurut Dian Setiawan, karena faktor kesibukan, bisa saja orang tidak bisa setiap saat menonton televisi, tapi tetap bisa mendengarkan radio karena mudahnya akses mendapatkan berita di radio. Dengan perkembangan teknologi sekarang ini, radio bisa dibawa dengan mudah bahkan menjadi *future handphone*, yang bisa dibawa kemanapun pergi, sehingga siaran berita di radio bisa didengar kapanpun dimanapun.

Pendapat Dian Setiawan bahwa radio merupakan referensi untuk mendapatkan berita, sama dengan Ahmad Jabir. Jika Dian Setiawan membandingkan radio dengan televisi, maka Ahmad Jabir membandingkan radio dengan media cetak.

Radio itu ringan, tidak menuntut banyak analisis. Radio juga ringan untuk memberikan informasi dan tidak dibatasi oleh ruang. Jadi ruang tempatnya itu lebih leluasa dari pada misalnya media cetak.

Menurut Ahmad Jabir, radio lebih leluasa menyampaikan berita, dibanding media cetak yang dibatasi halaman dan kolom-kolom tertentu. Karena itu, radio juga dinilai Ahmad Jabir lebih mudah menyampaikan berita apapun tanpa menuntut analisis yang panjang.

Dibanding media massa lainnya, radio memiliki keunggulan dalam kecepatan menyampaikan berita. Dengan kemajuan teknologi komunikasi, suatu berita bisa tersampaikan hanya dengan telepon. Terlebih dengan perkembangan telepon seluler sekarang ini, semakin cepat berita bisa disampaikan dan disiarkan. Kecepatan dalam memperoleh berita menjadi alasan pendengar memilih radio sebagai media untuk mendapatkan informasi lebih dini dan mengupdate perkembangan suatu berita. Seperti dikatakan Dian Setiawan, yang menggunakan radio untuk mengetahui perkembangan lalu lintas yang akan ia lalui kemanapun pergi.

Kayak lalu lintas di jalan, kan kita bisa *report* langsung. Lebih cepat lagi penyampaian beritanya di radio.

Selain Dian Setiawan, Sunarno juga menyatakan bahwa radio memiliki keunggulan dalam kecepatan menyampaikan berita.

Untuk kecepatan komunikasi salah satunya dengan radio yang tercepat, dan paling langsung di dengarkan saat itu juga.

Tentang kecepatan mendapatkan berita di radio, itu juga diakui Bambang Wahyono. Hanya saja menurut Bambang Wahyono, meski mempunyai keunggulan dalam kecepatan, radio tidak memberitakan secara detil tentang suatu berita. Biasanya Bambang Wahyono menindaklanjuti berita di radio itu dengan membaca surat kabar ketika sudah berada di kantor.

Ya.. kalau di radio itu berita-beritanya *direct* langsung, lebih cepat karena disana kan ada reporter yang melaporkan. Setelah saya

mendengarkan radio, saya pantau surat kabar di kantor. Ini tadi yang disiarkan di radio. Jadi kita bisa baca lebih detil lagi.

Radio bisa menyampaikan berita dengan cepat dibanding media massa lainnya. karena mempunyai proses produksi yang pendek, tidak serumit media elektronik lain seperti televisi yang membutuhkan peralatan pemancar, maupun media cetak yang membutuhkan mesin. Menurut Errol Jonathans, karena keunggulannya dalam kecepatan, membuat jurnalisme radio merupakan yang terdepan dalam mendistribusikan informasinya. Perkembangan teknologi telekomunikasi seperti telepon seluler dan satelit semakin memudahkan radio menampilkan keunggulannya dalam kecepatan menyiarkan berita¹⁴¹. Tapi meski unggul dalam kecepatan, radio memiliki kelemahan dalam produksi berita yang hanya selintas. Itu karena radio hanya menampilkan karakter suara. Artinya suara akan lenyap dalam sekejap setelah mengudara, berbeda dengan media cetak yang terdokumentasi dengan baik. Karena karakteristik siaran radio yang hanya muncul selintas, menurut Errol Jonathans, radio dikenal sebagai medium yang wajib melakukan pengulangan-pengulangan dalam siarannya agar pendengar semakin jelas memahami materi yang disiarkan¹⁴².

Radio merupakan media yang mampu menjalin keintiman dengan pendengarnya dibanding media lainnya. Dengan siaran yang akrab radio mampu membangun hubungan antara penyiar dengan pendengar, maupun hubungan pendengar dengan pendengar. Keakraban yang dibangun radio dengan pendengarnya bisa dilakukan melalui kegiatan interaktif. Pendengar bisa

¹⁴¹ Errol Jonathans, *op.cit.*, h. 40

¹⁴² *Ibid.*, h. 39

berinteraktif dengan siaran radio melalui telepon, *short message service*, maupun surat.

Dian Setiawan biasanya berinteraktif dengan radio melalui telepon dan sms.

Kalau aku di rumah lebih sering pakai telp rumah, kalau di jalan pakai HP. Pakai HP kalau pas pulsa ada dan ada sesuatu di jalan atau ada masukan di jalan, aku sms karena pulsa terbatas (sambil tertawa).

Sebagai mahasiswa yang belum mempunyai penghasilan sendiri, Dian Setiawan sangat memperhitungkan pulsa *handphonenya*. Karena itu, Dian juga berhitung jika ingin memberikan informasi pada Radio Suara Surabaya.

Nahariensih Hartoyik menilai interaktif merupakan bagian penting dalam siaran radio. Interaktif menjadi komunikasi antara pendengar dengan penyiar. Sebagai pendengar, Nahariensih Hartoyik tidak puas hanya mendengarkan siaran radio tapi juga ingin ikut berbicara dalam siaran itu.

Ya itu yang bagus radio yang interaktif, jadi ada komunikasi timbal balik antara penyiar dan pendengar. Harus ada itu. Nggak hanya dengarkan aja. Kita kan juga kepingin ngomong.

Nahariensih Hartoyik berinteraktif dengan radio untuk *nimbrung*, ikut *urun rembung* terhadap suatu masalah. Nahariensih Hartoyik biasanya berinteraktif menggunakan telepon dan sms.

Kadang-kadang ikut *nimbrung* masalah, kalau tidak ya bagaimana saya memberikan solusi, bertanya atau memberikan informasi. Kalau interaktif saya pake telepon rumah, atau sms minta lagu.

Keaktifan Nahariensih Hartoyik untuk berinteraktif dengan Radio Suara Surabaya karena latar belakangnya sebagai ibu rumah tangga yang mempunyai banyak pengalaman organisasi, bahkan menjadi calon anggota legislatif. Menjadi

anggota berbagai organisasi membuat Nahariensih mempunyai banyak pengalaman dan terbiasa mengemukakan pendapat di depan umum. Terlebih sebagai mantan calon anggota legislatif, Nahariensih terbiasa berkampanye di depan massa. Karena itu jika Nahariensih menemui berbagai masalah khususnya yang berkaitan dengan pelayanan publik, ia akan langsung menyampaikannya. Nahariensih menyampaikan masalah pelayanan publik melalui media massa, supaya mendapat perhatian dari institusi pelayanan publik yang bersangkutan dan segera dilakukan penanganan terhadap masalah yang disampaikan. Jika masalah itu tidak diungkapkan melalui media massa, biasanya keluhan masyarakat kurang diperhatikan. Radio adalah media yang cepat dan mudah untuk menyampaikan masalah dan mencari penyelesaiannya. Dengan konsep *news interaktif solutif* Radio Suara Surabaya selalu mem*follow up* laporan-laporan dari pendengar dan meneruskannya pada institusi pelayanan publik yang dipersoalkan.

Sementara Ahmad Jabir memanfaatkan interaktif di radio untuk menjalin keakraban dengan penyiar maupun untuk kebutuhan interaksi dengan publik.

Selama saya nggak ada halangan, saya berusaha untuk memanfaatkan interaktif dengan kru radio maupun dengan publik. Ya saya telepon mau gabung karena ada yang menarik. Saya gabung kalau kelihatannya ada yang perlu diberi kontribusi informasi atau pandangan.

Ini karena Ahmad Jabir merupakan anggota legislatif DPRD Surabaya yang dituntut mengetahui berbagai persoalan yang ada di tengah masyarakat. Ahmad Jabir mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya untuk mendapatkan masukan-masukan dari masyarakat dan memberi tanggapan jika itu berkaitan dengan bidang tugasnya di DPRD Surabaya sebagai Ketua Komisi Bidang Kesejahteraan Sosial. Masukan dari masyarakat yang disampaikan melalui Radio

Suara Surabaya dinilai Ahmad Jabir cukup efektif selain masukan yang diterima dari para konstituen yang disampaikan melalui partainya.

Interaktif dilakukan Sukma Rachmadhani melalui radio. Untuk bisa berbagi informasi pada pendengar lainnya tidak mudah karena harus bersaing masuk dengan pendengar lainnya. Menurut Sukma Rachmadhani yang biasanya berinteraktif dengan telepon, sesekali ia berinteraktif untuk menyampaikan pendapatnya tentang suatu permasalahan.

Biasanya kalau interaktif itu untuk *traffic report*, misalnya kalau ada jalan yang macet atau yang pasti bisa di buat pertimbangan untuk pendengar yang lain. Kasih pendapat juga iya, sesuai temanya.

Sukma Rachmadhani berinteraktif dengan Radio Suara Surabaya karena sang ayah yang telah lama menjadi pendengar. Ayah Sukma juga sering berinteraktif untuk menyampaikan informasi lalu lintas. Berawal dari coba-coba, sampai sekarang Sukma meneruskan interaktifnya dengan Radio Suara Surabaya. Sukma berinteraktif dengan Radio Suara Surabaya untuk memberikan informasi seputar lalu lintas. Sukma berharap informasinya akan membantu pendengar lain yang sedang dalam perjalanan dan membutuhkan informasi tentang kondisi lalu lintas.

Sedangkan Rudy Gozali melakukan interaktif dengan radio karena ingin membantu pendengar lain mendapatkan informasi yang berguna, meskipun Rudy Gozali menyadari tidak semua orang membutuhkan informasi yang diberikan.

Saya berpikir mungkin informasi ini berguna bagi orang lain. Mungkin bagi sebagian orang nggak berguna, tapi orang lain mungkin sangat berguna. Jadi setiap orang punya penilaian sendiri-sendiri.

Konsep interaktif di Radio Suara Surabaya merupakan penjabaran dari filosofi visi sebagai adalah pemberdayaan masyarakat dan demokratisasi. Dijelaskan Yoyong Burhanudin, Manager Penyiaran Radio Suara Surabaya, interaktif dalam arti demokratisasi membuka peluang setiap orang mempunyai hak yang sama termasuk dalam menyampaikan pendapat¹⁴³.

Jadi publik boleh berbicara, nara sumber boleh berbicara. Ada publik menyalahkan satu pihak katakanlah nara sumber, maka nara sumber juga bisa memberikan klarifikasi. Sehingga fungsi Radio SS sebagai media, ya... lebih banyak sebagai media, sebagai fasilitator, komunikator.

Interaktif menurut Yoyong Burhanudin Manager Penyiaran Radio Suara Surabaya, sebenarnya merupakan proses komunikasi. Tapi lebih banyak pada konsep komunikasi yang berubah. Jika biasanya media menyampaikan informasi pada masyarakat, artinya terjadi proses *one way traffic communication* dari media pada publik, tapi interaktif menciptakan sebuah proses komunikasi dari semua pihak, dimana khalayak pendengar memberikan respon dalam proses *feedback*¹⁴⁴.

Misalnya SS memberikan informasi pada masyarakat kemudian masyarakat merespon informasi itu. Itu yang dalam teori komunikasi sebagai *feedback*. *Feedback* kalau dulu media elektronik atau media secara umum *feedbacknya* tidak langsung maka sekarang ini semua *feedback* dari informasi yang ditampilkan di Radio Suara Surabaya itu bisa langsung. Sekarang kita ngomong salah, sekarang juga orang mendengar lalu merespon melalui telepon pada kita terhadap berita itu. Karena pola siaran kita yang terbuka orang langsung on air juga pada saat yang sama dalam halaman kita itu, waktu siaran kita itu. Ketika ada satu materi yang disampaikan, langsung dapat respon. Kemudian nara sumber juga. Nara sumber yang punya informasi penting diketahui masyarakat, mereka telepon kita, kita udarakan, kita berdialog dengan mereka dan di saat yang sama apa yang dia sampaikan itu bisa mendapat respon dari masyarakat yang lain. Sehingga terjadi proses komunikasi yang tidak lagi *one way traffic* tapi mungkin bisa

¹⁴³ Wawancara dengan Yoyong Burhanudin Manager Penyiaran Radio Suara Surabaya, tanggal 7 Juli 2006

¹⁴⁴ Ibid.

disebut *multi traffic* sekarang ini dari semua arah. Bukan hanya SS sebagai media pada pendengar tapi juga pendengar pada SS, nara sumber pada SS, SS pada nara sumber dan sebagainya. Jadi ini memang betul-betul proses komunikasi yang sangat terbuka dan sangat transparan, memungkinkan orang punya akses menyampaikan ekspresi baik informasi maupun opininya.

Dikaitkan dengan konsep pemberitaan, interaktifitas di Radio Suara Surabaya dengan khalayak pendengarnya menjadi konsep jurnalisme interaktif. Errol Jonathans Direktur Operasional Radio Suara Surabaya mengatakan, siaran *news* interaktif merupakan konsep jurnalisme interaktif, karena mengandung unsur-unsur yang disyaratkan dalam jurnalistik¹⁴⁵.

Interaktif karena pola komunikasinya, ada interaksi yang semula *one way* menjadi multi arah. Meski secara riil sebenarnya dua arah. Pendengar bukan lagi penikmat informasi tapi sudah menjadi pelaku informasi.

Konsep jurnalisme interaktif di Radio Suara Surabaya berbeda dengan pendapat Elizabeth-Noelle Neuman tentang konsep komunikasi antara media massa dengan khalayaknya. Neuman menyatakan, komunikasi massa bersifat tidak langsung karena melalui media teknis, bersifat satu arah tanpa interaksi antara peserta-peserta komunikasi bersifat terbuka, artinya ditujukan pada publik yang tidak terbatas anonim, dan mempunyai publik yang secara geografis tersebar¹⁴⁶. Penekanan yang berbeda dari konsep Neuman dengan konsep interaktif di Radio Suara Surabaya, yaitu pada 'komunikasi massa yang bersifat satu arah tanpa interaksi diantara peserta komunikasi'. Radio sebagai bagian dari media massa tradisional memiliki kecenderungan hanya menyiarkan berita tanpa ada umpan balik dari khalayak. Konsep jurnalisme interaktif di radio mengkritisi

¹⁴⁵ Wawancara dengan Errol Jonathans Direktur Operasional Radio Suara Surabaya, tanggal 19 Oktober 2005

¹⁴⁶ Jalaluddin Rakhmat, 2000, Psikologi Komunikasi, Bandung, PT Remaja Rosdakarya, h. 189

konsep Neuman. Bisa dikatakan, jurnalisme interaktif merupakan proses umpan balik (*feedback*) antara pendengar dengan penyiar, maupun pendengar dengan pendengar pada waktu yang hampir bersamaan, meski tidak terjadi secara langsung karena secara teknis harus melalui media radio.

Umpan balik diartikan Fisher sebagai respon, penegasan, dan servomekanisme internal¹⁴⁷. Sebagai respon, umpan balik adalah pesan yang dikirim kembali dari penerima pesan ke sumber, memberi tahu sumber tentang reaksi penerima dan memberikan landasan kepada sumber untuk menentukan perilaku selanjutnya. Umpan balik sebagai penegasan, mendorong orang untuk mengulangi respon tersebut yang berfungsi mendorong atau merintangikan kelanjutan perilaku. Dalam hal ini umpan balik bersifat positif dan negatif. Bersifat positif jika respon itu mendorong perilaku komunikatif berikutnya, sedangkan umpan balik negatif adalah respon yang menghambat perilaku komunikatif. Sedangkan umpan balik sebagai servomekanisme merupakan mekanisme psikologis yang diperoleh melalui belajar, diinternalisasikan dalam diri individu sebagai mekanisme yang menstabilkan individu. Dari konsep umpan balik ini, menurut Fisher, media massa dikatakan *zero feedback*, artinya media massa hampir tidak tahu reaksi khalayaknya. Masukan dari khalayak, volumenya terbatas dan saluran yang digunakan tunggal. Dari pengertian itu, Fisher berpendapat, komunikasi massa sifatnya satu arah, yakni *feedback loop* tidak terjadi. Kalaupun ada umpan balik dari khalayak, sifatnya terlambat (*delayed feedback*)¹⁴⁸.

Perkembangan teknologi komunikasi yang memungkinkan umpan balik khalayak dalam komunikasi massa menjadi bahasan dalam interaktif. Konsep

¹⁴⁷ Ibid. h. 191

¹⁴⁸ Jalaluddin Rahmat, *op.cit.*, h.192

interaktif menurut Stuhbar dan LaRose, kadangkala interaktif digunakan sebagai persamaan dari dua arah yang diimplementasikan dalam percakapan antara dua orang yang tidak hanya saling memberi respon satu sama lain tapi juga memodifikasi interaksi mereka. Pada sisi lain, interaktif digunakan secara luas sebagai aplikasi terhadap situasi dimana isi dari sistem media dapat dipilih atau dapat diatur oleh pengguna. Konsep interaktif lebih mudah dipahami ketika diterapkan untuk sistem umpan balik dari khalayak yang digunakan oleh sumber untuk mengubah pesan yang sedang disampaikan pada khalayak¹⁴⁹.

Dalam interaktif di Radio Suara Surabaya, komunikasi yang terjadi di udara hanya dua arah yaitu antara pendengar dengan penyiar tapi sebenarnya dalam interaktif itu terjadi komunikasi multi arah, karena diantara pendengar yang satu dengan pendengar yang lain bisa saling memberi umpan balik atas pendapat yang satu dengan yang lain. termasuk pendengar juga bisa mengkritisi nara sumber. Inilah yang diterjemahkan Radio Suara Surabaya sebagai demokratisasi di ranah publik.

V.3. Tipologi Pendengar Radio Suara Surabaya

Dalam penelitian ini, tipologi pendengar Radio Suara Surabaya dibagi berdasarkan cara mendengarkan, interaktif dan motivasi mendengarkan Radio Suara Surabaya. Pembagian pendengar dalam beberapa tipologi ini sesuai dengan aktivitas yang dilakukan pendengar bersama siaran Radio Suara Surabaya. Dari cara mendengarkan, cara berinteraksi dan motif mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya akan terlihat secara kualitatif alasan pendengar.

¹⁴⁹ Danang Tandyonomanu, *op.cit.*, h. 34

V.3.1. Mobilitas Pendengar Radio Suara Surabaya

Khalayak pendengar Radio Suara Surabaya mendengarkan siaran dengan berbagai cara. Melalui radio, internet maupun satelit. Khalayak pendengar itu mendengarkan siaran radio *news* interaktif berdasarkan mobilitasnya pada waktu mendengarkan Radio Suara Surabaya. Didasarkan mobilitas pendengar, terdapat tipologi dengan karakteristik khusus dari pendengar yang *mobile* dan yang tidak *mobile*. *Mobile listener* mempunyai karakteristik mobilitas tinggi tapi ingin tetap mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya untuk mengupdate berbagai informasi dan memberikan informasi yang berkaitan dengan lalu lintas yang dilalui. Sedangkan *non mobile listener* mempunyai karakteristik tidak sedang dalam perjalanan dan lebih banyak mendengarkan di rumah atau kantor. Pendengar tipe ini tidak memberikan informasi lalu lintas, tapi lebih banyak menyampaikan masalah lain atau memberi pendapat.

V.3.1.1. *Mobile Listener*

Mobile listener merupakan pendengar yang mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya dengan cara *mobile*. Cara ini biasanya dilakukan pendengar yang mempunyai mobilitas tinggi dan tetap ingin mendengarkan informasi meskipun sedang dalam perjalanan naik kendaraan bermotor. Hal ini sangat mungkin dilakukan, karena radio bisa diakses melalui radio mobil atau dengan *handphone*.

Bambang Wahyono merupakan salah satu *mobile listener*. Bambang Wahyono biasanya mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya (SS) dalam perjalanan berangkat dan pulang kantor maupun ketika bepergian menggunakan mobil.

Saya dengarkan SS itu di mobil waktu berangkat kerja pagi hari dan pulang kerja sore hari ataupun sedang keluar didalam kota maupun keluar kota sampai jangkauan Radio Suara Surabaya itu masih bisa kita tangkap. Tapi kalau sudah diluar itu terpaksa dimatikan karena suaranya sudah hilang timbul hilang tenggelam.

Bambang Wahyono mendengarkan Radio Suara Surabaya prioritas utama karena ingin mendapatkan informasi lalu lintas ketika dalam perjalanan. Dalam pengalaman Bambang Wahyono, informasi lalu lintas yang didengarkan dari Radio Suara Surabaya sangat membantu mengetahui jalan-jalan yang lancar maupun macet. Bahkan Bambang Wahyono bisa mengambil alternatif lain jika jalan yang dilalui macet.

Kadang-kadang saya ambil jalan alternatif melihat kapan berita disiarkan dan posisi dimana, kalau memang posisi saya mendekati daerah itu saya ambil tempat lain tapi kalau sudah tadi beritanya saya spekulasi saja ya.. Seperti contohnya musim hujan wah... jalan Mayjen Sungkono banjir sekian, tapi karena mobil saya tinggi, kijang, saya pikir jam berapa tadi. Saya terabas saja ternyata nggak ada air karena saya memperkirakan waktu tadi disiarkan di SS jam sekian yang memberi informasi sudah sekian menit yang lalu sedang posisi saya masih disini. Jadi kalau saya lewat disitu pada umunya aman ternyata memang ya betul. Tapi kalau posisi saya kira-kira sudah mendekati daerah itu sepuluh menit atau lima menit saya ambil jalan lain, itu yang saya lakukan.

Dalam perjalanan itu, Bambang Wahyono mengaku mendapat banyak berita selain informasi lalu lintas. Bahkan berita-berita itu didengarkan Bambang Wahyono lebih dulu, sebelum ia membaca beritanya di media cetak

Ya.. kalau di SS berita-beritanya langsung dan lebih cepat karena disana kan ada reporter yang melaporkan. Seperti berita yang jam 6 pagi. Misalnya soal Unas (ujian nasional) yang ramai dibicarakan. Pak Yusuf Kalla (wakil presiden) yang memberikan komentar itu, oo... ini tadi yang di SS. Terus kita bisa baca beritanya lebih detil lagi di koran. Tapi minimal beritanya tidak basi, tetap *up to date*. Memang biasanya media cetak terlambat, dia belum sempat naik cetak, SS sudah mengudara lebih dahulu baru besok masuk koran, padahal kemarin sudah ada di SS.

Bambang Wahyono hanya mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya ketika berkendara saja. Untuk mendengarkan siaran radio Suara Surabaya di kantor atau di rumah misalnya, Bambang Wahyono mengaku sulit karena harus bekerja dan tidak bisa dilakukan sambil mendengarkan radio. Begitu pula ketika di rumah, Bambang juga tidak mendengarkan Radio Suara Surabaya karena radio di rumahnya lebih banyak memutar channel radio anak muda kegemaran anak-anaknya. Di rumah, Bambang Wahyono tetap mengikuti perkembangan informasi melalui televisi.

Saya tidak mendengarkan SS di kantor, sudah nggak sempat, sibuk kerja. Kalau dirumah jarang sih *nyetel* radio. Kadang-kadang ya.. itu tadi anak-anak senang radio yang lain ya.. jadi nggak sempat mengikuti. Jam-jam yang pas (mendengarkan Radio Suara Surabaya) ya berangkat kerja, pulang kerja, di jalan, itu pasti mendengarkan SS.

Seperti Bambang Wahyono, Sri Utami biasanya mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya di mobil waktu berangkat dan pulang kerja.

Saya dengarkan SS di mobil. Saya berangkat sama pulang itu selalu pasti denger, kalau pas keliling ke lapangan saya buka *channel*, pasti ke SS nggak ke yang lain. Atau kalau bosan, dengar musik. Kalau di kantor nggak dengar, nggak bisa nyambi sih.”

Sri Utami adalah tipe wanita karier dengan mobilitas tinggi. Sebagai pimpinan marketing di perusahaannya, Utami lebih banyak menghabiskan waktu dalam perjalanan dari pada di kantor. Dalam perjalanan itulah Utami mendengarkan Radio Suara Surabaya untuk mengetahui kondisi lalu lintas yang dilalui. Bukan hanya informasi lalu lintas, Utami mendapatkan informasi lainnya tentang berbagai masalah yang didiskusikan antar pendengar dengan menghadirkan nara sumber untuk memberikan komentar.

Suara Surabaya menurut saya bukan hanya lalulintas, ya... mungkin ada nilai tambah disitu, jadi gak bosan ada informasi lalu lintasnya.

Bagi Sri Utami, berbagai informasi dianggap penting sebagai referensi pengetahuannya. Sri Utami adalah sosok yang tidak pernah berhenti belajar. Media untuk belajar baginya bisa dari berbagai hal, radio adalah salah satunya. Di Radio Suara Surabaya, Sri Utami mendapatkan banyak pelajaran yang bisa diambil untuk diterapkan jika itu memungkinkan. Misalnya tentang lingkungan, cara mendidik anak, ataupun masalah manajemen yang sangat berkaitan dengan pekerjaannya.

Hendra Prasetyo juga termasuk *mobile listener*. Ia berkenalan dengan Radio Suara Surabaya tahun 1996 ketika sedang berada di jalan dan mendengarkannya melalui radio mobil.

Saya dengarkan SS mulai tahun 1996, karena lalu lintas di Surabaya. Pada mulanya karena lalu lintas saja, karena saya sering tejabak kemacetan akhirnya saya mendengarkan SS, tahun 1996 itu. Kemudian pada saat reformasi tahun 1998, banyak sekali kerusuhan dan SS selalu menyiarkan kejadian-kejadian yang ada di Surabaya tentang kerusuhan itu. Akhirnya SS saya gunakan sebagai radio untuk membantu saya dalam setiap saya melangkah untuk ke kota, setiap saya pergi kemana, sebagai sumber informasi.

Hendra Prasetyo termasuk pendengar yang mempunyai mobilitas tinggi karena pekerjaannya sebagai distributor alat-alat rumah tangga. Karena tidak ingin ketinggalan informasi ketika dalam perjalanan, Hendra mendengarkan radio karena hanya media radio yang memungkinkan khalayak tetap bisa mengikuti perkembangan informasi meskipun sedang dalam perjalanan.

Seperti halnya Bambang Wahyono, Sri Utami dan Hendra Prasetyo, Arif Afandi juga mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya ketika berkendara di

mobil. Itu karena Arif Afandi membutuhkan informasi lalu lintas ketika sedang di jalan.

SS kan terkenal dengan Kelana Kota¹⁵⁰, setiap keluar mobil saya suka nyetir sendiri. Karena itu saya butuh informasi dan setiap saya naik mobil pasti saya memutar SS. Informasi *traffic* yang lebih dominan di situ. Itu yang membuat saya tertarik dengan SS.

Ketika masih menjabat pimpinan redaksi Jawa Pos, informasi lalu lintas dibutuhkan Arif Afandi untuk mengetahui perkembangan kondisi jalan. Tetapi Arif kurang suka dengan pendapat yang dikemukakan pendengar karena lebih banyak bicara pesimisme dari pada optimisme. Lebih banyak mengungkapkan masalah dari pada solusinya. Tapi dengan jabatan Wakil Walikota Surabaya periode 2005-2010, informasi lalu lintas bukan kebutuhan utama, justru komentar masyarakat yang dibutuhkan untuk menanggapi pelayanan publik yang sudah diberikan Pemerintah Kota Surabaya. Komentar masyarakat itu menjadi salah satu alat ukur untuk menilai kesuksesan pelayanan Pemerintah Kota Surabaya pada warganya.

Mendengarkan siaran radio Suara Surabaya melalui radio mobil ketika di perjalanan, juga dilakukan Nahariensih Hartoyik.

Kalau saya begitu masuk kendaraan saya duduk, SS sudah nyala otomatis 100 % tidak pernah tidak. Saya mendengarkan jalan ini macet pasti langsung ada. Kadang-kadang saya dengarkan saja, saya bilang ke Bapak yang nyetir, nggak ada yang macet kok pak terus saja ke sana...

¹⁵⁰ Kelana Kota merupakan siaran Radio Suara Surabaya selama 24 jam. Dalam acara itu terdapat berbagai informasi, paling dominan informasi lalu lintas yang datang dari pendengar yang sedang berkendara di jalan.

Nahariensih Hartoyik pernah punya pengalaman terhindar dari macet karena sebelumnya mendengar informasi kemacetan dari Radio Suara Surabaya, sehingga Nahariensih Hartoyik bisa mengambil jalan alternatif.

Pernah dari Lamongan ke Surabaya, informasi di SS di *exit* dupak macet. Saya nggak lewat atas tapi lewat bawah ke pasar turi. Waktu turun kita bisa lihat itu. Kelihatan kan dari atas macet berjubel-jubel dari situ. Benar kalau gitu SS kita lewat pasar turi. Berkat informasi SS memang berguna sekali. Dalam perjalanan sampai di Mojokerto saya dengarkan terus.

Nahariensih Hartoyik punya pengalaman menarik waktu mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya ketika dalam perjalanan.

Waktu itu saya mau kerumah anak saya di Sidoarjo. Di jalan saya dengarkan SS ada kebakaran di Sidoarjo di jalan apa gitu... saya lupa (sambil mengingat-ingat), ada korban 3 anak putri meninggal. Saya bilang ke Bapak, 'Pak.. ada kebakaran pak...' Sampai Sidoarjo saya lihat banyak kerumunan orang-orang yang ramai di jalan. Setelah sampai ke rumah anak saya, saya ngomong anak saya, ada kebakaran. Dia tanya dimana, kok saya gak tahu. Padahal rumahnya di Jalan Pahlawan Sidoarjo dekatnya lokasi kebakaran situ. Eh... dia malah nggak tahu, saya yang jauh malah tahu duluan.

Mendengarkan Radio Suara Surabaya di mobil menjadi kewajiban bagi Herry Sucahyo. Bahkan Herry Sucahyo mewajibkan seluruh mobil patroli polisi jalan raya tol supaya mendengarkan Radio Suara Surabaya.

Saya banyak mendengarkan SS di mobil, saya kan sehari-hari banyak kerja di mobil. Malah mobil-mobil patroli kita, bahkan penjagaan wajib *menyetel* SS semua. Ya... info lalulintas, apalagi waktu ada lumpur Lapindo. Jalan tol macet, kita polisi yang ngatur-ngatur.

Sebagai polisi PJR Tol, Herry Sucahyo lebih banyak menghabiskan waktu untuk patroli di jalan tol. Komitmen Herry yang ingin memberikan pelayanan dengan *quick response* pada masyarakat khususnya para pengguna jalan tol, membuatnya harus mengikuti terus perkembangan informasi. Media yang

memungkinkan untuk terus mengikuti perkembangan informasi dengan cepat selama dalam patroli adalah radio. Karena itu Herry menjadi *mobile listener* Radio Suara Surabaya.

Dalam perjalanan tanpa mendengarkan Radio Suara Surabaya, bagi Rudy Gozali seperti ada yang kurang karena tidak bisa mengikuti perkembangan informasi.

Yang saya rasakan di mobil, ketika saya nyetir, saya biasa denger SS. Tapi kalau nggak denger SS di mobil rasanya saya *sepo*, aneh. Ketika denger SS beritanya tentang apa ya? Saya jadi tahu kabarnya.

Rudy Gozali adalah pendengar Radio Suara Surabaya yang ada di Samarinda Kalimantan Timur. Ketika pulang ke Surabaya, kebiasaan Rudy Gozali dalam perjalanannya berkendara selalu mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya.

Para *mobile listener* mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya tidak hanya melalui radio di mobil, tapi juga dengan *handphone*. Dengan telepon seluler yang dilengkapi fasilitas radio, siaran Radio Suara Surabaya tetap bisa didengarkan. Seperti Dian Setiawan, yang selalu memantau siaran Radio Suara Surabaya melalui telepon selulernya, karena Dian berkendara dengan sepeda motor.

Bagi Dian Setiawan, mendengarkan Radio Suara Surabaya melalui *handphone* juga bisa menjadi pengusir rasa bosan mengikuti suatu acara. Dian Setiawan biasa mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya waktu dalam perjalanan ke kampus.

Mendengarkan Radio Suara Surabaya di sepeda motor bisa pakai *handphone* dengan *handsfree* tiap hari aku berangkat ke kampus.

Jadi nggak terbatas lah dirumah aku dengerin di kampus, dimanapun aku bisa dengerin.

Untuk memenuhi kebutuhannya mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya, Dian Setiawan bahkan sengaja membeli *handphone* yang dilengkapi dengan *fiture* radio.

Aku punya *handphone* yang ada radionya. Sengaja aku minta dibelikan yang ada radionya, biar tetap bisa denger SS. Aku nggak pindah-pindah *channel*. Jadi aku bisa *mobile* terus, nggak ketinggalan siarannya SS.

Bagi Dian Setiawan, dengan terus mendengarkan Radio Suara Surabaya, informasi bisa *diupdate*. Dian Setiawan merasa menjadi orang yang mengetahui informasi terlebih dahulu dibanding orang lain, ketika Dian Setiawan terus mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya. Dalam pengalaman Dian Setiawan, ada informasi yang pertama kali didengar dari Radio Suara Surabaya ketika Dian Setiawan dalam perjalanan.

Aku paling *inget* tentang anak SMA 9 atau 4 ya.. (sambil mengingat-ingat) yang kejebur di Bali. Baru aja. Itu orang lain belum tahu aku dan keluargaku sudah tahu itu berita itu dari SS untuk pertama kali yang dimunculkan di Surabaya soalnya kan gurunya langsung telpon ke SS jadi langsung di udarakan di SS sedangkan media-media yang lain belum ada.

Di awal berdirinya Radio Suara Surabaya dengan konsep utamanya adalah menyajikan siaran berita. Informasi yang paling dominan waktu itu adalah informasi lalu lintas. Errol Jonathans, Direktur Operasional Radio Suara Surabaya menyatakan, pada tahun 1994 waktu Radio Suara Surabaya memulai siaran interaktifnya, banyak pendengar melaporkan lalu lintas (*traffic*)¹⁵¹.

Awalnya banyak pendengar bicara *traffic*. Tapi lama kelamaan *traffic* berkembang dengan opini tentang problem *traffic*. Menurut

¹⁵¹ Wawancara dengan Errol Jonathans Direktur Operasional Radio Suara Surabaya, tanggal 19 Oktober 2005

pendengar, *traffic* bukan sekedar masalah lalu lintas, tapi disana ada kebijakan kota, persoalan regulasi. Lama-lama orang merasa, ternyata problem kota bisa juga dibicarakan di SS.

Menurut Errol Jonathans, informasi lalu lintas banyak diberikan oleh pendengar yang sedang di jalan (*mobile listener*). Para *mobile listener* merupakan pendengar yang potensial bagi Radio Suara Surabaya karena dari merekalah berbagai informasi khususnya yang berkaitan dengan lalu lintas maupun keadaan sekitar bisa terus dipantau perkembangannya. Sampai sekarang pun siaran di Radio Suara Surabaya lebih banyak menyajikan informasi lalu lintas dari pendengar yang sedang berada di jalan. Laporan lalu lintas menjadi menu wajib dalam siaran Radio Suara Surabaya. Menu wajib menyiarkan informasi lalu lintas juga nampak dari penyiar yang selalu mengajak pendengar untuk menginformasikan kondisi jalan yang mereka lalui. Dalam setiap siarannya, penyiar Radio Suara Surabaya seringkali menyatakan, "*Informasi lalu lintas yang anda lalui sangat bermanfaat untuk pendengar lainnya.*" Informasi tentang kelancaran maupun kemacetan lalu lintas menjadi penting bagi pendengar Radio Suara Surabaya terutama yang sedang berkendara. *Image* Radio Suara Surabaya sebagai radio lalu lintas juga terbangun oleh pendengar *mobile listener*.

V.3.1.2. Non Mobile Listener

Non mobile listener adalah pendengar yang mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya tidak sedang dalam perjalanan. Tapi tinggal atau berada di suatu tempat, biasanya di rumah atau kantor. *Non mobile listener* biasanya mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya melalui pesawat radio, satelit dan internet.

Minanik adalah salah satu *non mobile listener*. Minanik biasanya mendengarkan Radio Suara Surabaya ketika berada di rumah. Minanik mengaku sering menenteng radio kecilnya kemanapun pergi di sekitar rumah supaya bisa terus mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya.

Saya dengarkan SS di rumah. Kalau jalan ke belakang rumah duduk di sana tinggal *nenteng* (radio) saja. Ya... gak tahu pokoknya seneng dengar SS terus dibanding radio-radio lain. Nggak enak. maksudnya nggak enak, kan nggak tahu kalau ada acara apa, ada apa kan gak tahu.

Minanik biasanya mendengarkan Radio Suara Surabaya sambil melakukan berbagai aktifitas rumah tangga.

Pokoknya pagi sambil masak-masak, sambil *myetel* (radio). Kadang sampai tidur malam radionya tak bawa tidur. Sedang duduk-duduk cari angin ya dibawa (radionya). Di kamar mandi, di bawa. Ya nyala terus. Soalnya *genin* kalau nggak dengarkan. Ya terus mendengarkan SS itu, ndak tahu kok *iso* berat sama SS itu. Iya sungguh.

Meski tidak keluar rumah, Minanik tetap bisa mengetahui kondisi yang terjadi di luar rumah dengan mendengarkan Radio Suara Surabaya. Mulai dari kondisi lalu lintas sampai masalah kriminal.

Saya tahu daerah mana ada kebakaran, tahu dari SS kalau dari koran kan besuk. Lebih cepat dari SS timbang media lain. Kayak ada kemacetan di Sumber Kasih (kawasan Wiyung dekat rumah responden) ada kecelakaan, tahunya ya dari SS. Rumah saya kan di dalam gang, jadi nggak tahu kejadian di jalan raya. Ada macet, macetnya dari Gunung Sari Indah (kawasan dekat rumah responden) tahu dari SS. Ada gempa bumi, tahunya di SS pagi-pagi itu.

Minanik punya pengalaman dengan Radio Suara Surabaya tentang informasi yang didengarkan menyangkut tetangganya yang mengalami

kecelakaan. Pertama kali Minanik mengetahui dari beritanya di Radio Suara Surabaya.

Ada tetangga (sambil mengingat-ingat nama tetangganya), kecelakaan. Kan orang-orang nggak tahu. Di SS ada berita kecelakaan namanya ini (menunjuk keluar rumah), alamatnya Wiyung sini, kan bisa tahu. Padahal kecelakaannya di Balong Bendo (Sidoarjo) sana, bisa tahu dari SS. Anaknya namanya ini.

Mendengarkan Radio Suara Surabaya melalui radio di rumah juga dilakukan Dian Setiawan. Dian mempunyai radio yang khusus untuk mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya dan tidak pernah bergeser *channel*.

Kalau dirumah dari pagi itu sudah nyetel jadi gak dirubah-rubah *channel*nya Cuma untuk SS. Yang dengerin itu cuma aku sama bapak yang lain gak ada. Di rumah kan radionya ada 3, yang khusus di ruang tamu itu untuk SS aja. Selama ini nggak ada yang mindah, soalnya radionya khusus ini aja kalau perlu aku copotin aja alat untuk pindah chanelnya.

Di rumah, Nahariensih Hartoyik menjadi *non mobile listener* karena mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya melalui radio *compo*. Menurut Nahariensih Hartoyik, radionya juga tidak pernah bergeser *channel* selain FM 100.

Ya *nonstop* lah saya sama SS mulai pagi sampai malam namanya radio nggak pernah berhenti. Malah kadang saya nonton TV di kamar sambil dengarkan SS, tapi suaranya saya kecilkan. Setelah itu dibesarkan lagi. Sambil baca-baca juga dengarkan. Kalau saya ke belakang, suaranya saya keraskan biar kedengaran terus.

V.3.1.3. Mobile dan Non Mobile Listener

Tipologi pendengar *mobile* dan *non mobile* memiliki karakter ingin mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya dimanapun, kapanpun. Baik dalam

perjalanan maupun ketika berada di rumah atau kantor ketika tidak sedang dalam perjalanan.

Nahariensih Hartoyik adalah tipe pendengar Radio Suara Surabaya yang memastikan radionya *on* di channel FM 100 selama 24 jam. Demikian juga dengan radio di mobilnya dan *handphone* yang memiliki *future* radio, yang didengar hanya Radio Suara Surabaya. Kebiasaan mendengarkan radio di rumah maupun dalam perjalanan dilakukan Nahariensih sejak 20 tahun lalu.

Saya suka sama SS ya *nonstop* lah dengarnya. Mulai pagi sampai malam, namanya radio nggak pernah berhenti. Ya itu terus. Sambil nonton TV saya dengarkan SS, tapi suaranya saya kecilkan. Kalau acara TV nggak menarik, ya suaranya SS saya besarkan lagi.

Alasan Nahariensih Hartoyik tidak bisa lepas mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya karena radio itu bisa menjadi media yang memfasilitasi masyarakat menyampaikan aspirasinya. Menurut Nahariensih Hartoyik, masyarakat tidak sia-sia menyampaikan aspirasinya karena seringkali mendapat tanggapan dari pihak-pihak yang berkompeten menyelesaikan masalah yang dikeluhkan masyarakat. Nahariensih Hartoyik menyebut Radio Suara Surabaya sebagai corong rakyat.

Saya kira SS itu merupakan corong atau suara rakyat yang langsung di utarakan dari SS dan rasanya SS merupakan jembatan dari rakyat untuk bersuara di masyarakat karena melalui SS bisa langsung diakses dari masyarakat untuk kepada aparat atau lembaga-lembaga di Surabaya ini pemerintah maksud saya. Jadi dengan mendengarkan SS, saya mendapat pengetahuan dan wawasan yang sangat luas sekali sehingga tidak stres, kalau misalkan saya dirumah rasanya saya pergi melanglang buana kemana-mana tahu situasi disana begini situasi begini komplitlah bagi saya sehingga pengetahuan saya banyak luas di SS mulai subuh sampai subuh lagi.

Bagi Nahariensih Hartoyik, tanpa pergi keluar rumah tetap bisa mengetahui banyak peristiwa dengan mendengarkan Radio Suara Surabaya.

Nahariensih Hartoyik mencontohkan berita tentang bom Bali yang didengar pertama kali dari siaran Radio Suara Surabaya.

Siaran SS saya kira sudah memenuhi dan lebih dulu dari pada TV. Saya lihat, dulu waktu ada bom Bali begitu bom meledak, SS sudah tahu. Ada bom Bali meledak radio lain belum ada infonya. Saya kira SS lebih awal dan lebih dini mengetahui kejadian-kejadian di Indonesia dan juga merespon sampai kita tahu mendetai sekali, koran-koran terlambat lebih duluan SS betul saya kira itu dan langsung di respon yang saya seneng dari SS.

Mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya bagi Sukma Rachmadhani sudah menjadi suatu kebutuhan. Menurut Sukma, siaran Radio Suara Surabaya sudah menjadi menu pokoknya setiap pagi dan malam, di rumah maupun dalam perjalanan.

Ya setiap hari setiap kali kita masuk mobil, radio yang *on* disitu ya SS karena itu kebutuhan kita. SS sudah kayak menu pokok. Pagi sampai siang di mobil jadi yang fokus yang pasti itu di mobil setiap kali perjalanan entah itu pagi, siang, atau malam. Tapi kalau untuk kapasitas dirumah itu malam, diatas jam 8 habis makan malam biasanya kita dengarkan SS.

Di dalam perjalanan maupun di rumah, bahkan ketika keluar kota, Sukma Rachmadhani masih menyempatkan waktu mendengar siaran Radio Suara Surabaya.

Aku suka dengerin SS pakai HP. Biasanya ke Jawa Tengah, sebulan sekali ke Kudus, ke rumah eyang. Di sana radionya sama aja, tidak menginspirasi kita sama sekali. Biasa dengar SS kalau denger radio lain, ini ngomong apa sih. Nggak masuk aja di kita. Sampai eyang komentar, 'Ini ngapain sih di Kudus masih dengerin radio Surabaya? Ngapain dengerin jalanan di Surabaya?' *Lha nggak enak'e*, soalnya udah biasa dengerin SS, biasanya dengerin orang-orang yang berwawasan luas, terus dengerin radio Kudus yang nggak mengena gitu. Radio itu nggak bisa nembus ke orang yang tepat sasaran. Kita hanya bisa mengeluh tanpa ada solusi yang tepat. Kalau di SS kita mengeluh dapat solusi yang tepat dari orang yang terpercaya. Orang-orang disitu juga berwawasan luas.

Seperti halnya Nahariensih Hartoyik dan Sukma Rachmadhani, Dian Setiawan termasuk pendengar yang mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya dalam berbagai kesempatan. Dalam perjalanan baik dengan mobil, sepeda motor maupun di rumah, Dian Setiawan menghabiskan waktu dengan banyak mendengar siaran Radio Suara Surabaya.

Kalau radio yang lain... kan hampir semua radio musik, musik yang diutamakan. Sedangkan SS itu kan berita. Jadi aku memilih ke beritanya itu dari pada ke radio lain. Itu yang menjadi pilihan aku yang pertama kenapa aku selalu dengarkan SS ini. Memang ada radio lain yang juga menyajikan berita. Tapi menurut aku mutunya lebih bagus SS. Berita di SS bukan hanya dari reporter tapi juga dari internet dan TV kayak CNBC, itu jadi lebih baik. Terutama berita dari pendengar, kan yang utama di SS berita dari pendengar.

Di Radio Suara Surabaya ada acara yang paling disukai Dian Setiawan, yaitu dialog *Information Technology* (IT), acara *talkshow* yang ada setiap Sabtu pukul 12 siang. Untuk mengikuti acara itu, Dian Setiawan biasanya menyediakan waktu khusus, jika perlu bolos kuliah.

Kalau dialog IT aku memang menyediakan waktu, ada waktu khusus. Kalau pas jadwalnya kuliah, biasanya tak tinggal. Aku dengarkan dialog IT dulu. Sudah dua kali aku nggak kuliah untuk dengerin dialog IT. Ya kebetulan juga sih dosennya nggak ada. Kalau ada janji juga gitu. Sabtu siang aku biasanya janji setelah dialog IT selesai.

Dian Setiawan mengaku merasa rugi jika tidak mendengarkan Radio Suara Surabaya, terutama acara dialog IT. Menurut Dian Setiawan, dari acara itu mendapat banyak pengetahuan tanpa harus membayar.

Merasa kehilangan, rugi besar aku kalau nggak dengerin dialog IT. Karena aku dapatnya cuma-cuma kan gak bayar. Dapat ilmu itu kan harus keluar uang, ongkos lagi. Kalau di SS kan aku tinggal dengerin, kalau ada yang nggak nyambung aku tanya langsung.

Seperti halnya Dian Setiawan yang tidak ingin ketinggalan informasi, terutama tentang IT, Hendra Prasetyo juga memiliki pendapat yang sama. Menurut Hendra Prasetyo informasi bergerak sangat cepat sehingga harus diikuti terus-menerus.

Ya jelas, saya kalau dengerin SS terutama di kantor, di jalan atau di rumah, saya tidak mau ketinggalan informasi. SS itu membuat Surabaya menjadi sempit dan kecil, sehingga apa yang terjadi di Jawa Timur itu saya bisa memantau. Jadi saya ingin informasi apapun terutama di Jawa Timur itu saya dapat, apalagi di Surabaya, sangat cepat sekali dan informasi itu sangat bermanfaat dalam kegiatan saya. Jadi sangat bermanfaat.

Nahariensih Hartoyik, Sukma Rachmadhani, Dian Setiawan dan Hendra Prasetyo merupakan tipikal pendengar yang cenderung *media minded*. Istilah *media minded* dikemukakan John Robbinson dan Charles R. Wright. Dalam penelitian Robbinson dan Wright, *media minded* diartikan sebagai orang-orang yang berhasil mengatur jam-jam senggang mereka untuk menggunakan media secara teratur. Banyak dan sedikitnya penggunaan media berkorelasi dengan karakteristik sosial individu, seperti pengetahuan tentang peristiwa-peristiwa sosial dan partisipasi dalam kegiatan sosial dan politik¹⁵².

Khalayak pendengar radio mempunyai karakter tersendiri yang berbeda dengan media lainnya, karena mempunyai keintiman dengan siaran radio yang didengarkan. Menurut Handoyo Sunyoto pendiri Yayasan Sanggar Prathivi Jakarta sebuah pusat produksi untuk matasiar audio visual, Radio merupakan media massa yang bisa mendekatkan satu orang dengan orang lainnya, satu sama lain saling memperhatikan, saling terlibat dan saling mencintai. Sebagai sarana

¹⁵² Charles R. Wright, 1985, Sosiologi Komunikasi Massa, Penyunting Jalaluddin Rakhmat, Bandung, Remadja Karya, h. 130-131

komunikasi, radio paling akrab dengan khalayaknya dibanding media lainnya¹⁵³. Hal ini karena radio dipandang sebagai pembebas jiwa pendengarnya, sehingga terdapat daya dorong atau daya bujuk. Acara-acara di radio seringkali menggerakkan daya khayal atau yang disebut *theater of mind* dari khalayak¹⁵⁴. Apa yang disajikan radio dalam siarannya harus mampu mengembangkan imajinasi dramatik pendengar secara tepat atas peristiwa yang terjadi. Pendengar seakan-akan dibawa ke tempat kejadian dimana suatu berita disiarkan dan terlibat di dalam persoalan yang diberitakan.

Dalam konsep Frank Biocca, pendengar mobile, non mobile maupun pendengar yang mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya pada saat mobile maupun non mobile mempunyai karakteristik selektifitas dan utilitarianisme. Pendengar radio selaku khalayak media dikatakan mempunyai karakteristik selektifitas karena pendengar selektif dalam mengkonsumsi media yang mereka pilih untuk digunakan. Mereka tidak asal-asalan dalam mengkonsumsi media, namun didasari alasan dan tujuan tertentu. Alasan mengkonsumsi Radio Suara Surabaya seperti dikemukakan pendengar adalah untuk mendapatkan informasi, misalnya pendengar yang sedang *mobile* sangat berharap akan mendapat informasi lalu lintas, sedangkan pendengar *non mobile* berharap mendapat informasi lainnya seperti pelayanan publik, informasi kesehatan dan lain-lain. Sedangkan karakteristik utilitarianisme yang dimiliki pendengar adalah mengkonsumsi radio untuk suatu kepentingan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan tujuan tertentu yang mereka miliki. Misalnya pendengar *mobile* yang membutuhkan informasi tentang kondisi lalu lintas, mereka mengkonsumsi

¹⁵³ L Murbandono Hs, 2006, *Drama Radio Indonesia 1980-an*, Malang, Pustaka Kayutangan, h. 62

¹⁵⁴ Masduki, *op.cit.*, h.13

informasi lalu lintas di Radio Suara Surabaya. Untuk pendengar yang berkepentingan dengan pelayanan publik beralasan mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya.

V.3.2. Internet Listener

Selain menggunakan radio, pendengar Radio Suara Surabaya juga bisa mendengarkan siaran *news* interaktif dengan internet melalui *radio online* pada situs www.suarasurabaya.net. Kehadiran Radio Suara Surabaya di tengah pendengarnya yang ada di luar Surabaya melalui internet menurut Yoyong Burhanudin, Manager Penyiaran Radio Suara Surabaya, untuk menjawab kebutuhan pendengar yang ingin selalu mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya pada saat mereka berada di luar Surabaya¹⁵⁵.

Yang utama buat SS sebenarnya kebutuhan pelanggan. Pendengar SS tingkat mobilitasnya tinggi. Pendengar SS ada yang tiap hari luar kota, luar pulau bahkan luar negeri tiap hari rata-rata ada. Artinya kita ini menjadi pendamping mereka ketika mereka berada dimana saja. Ternyata masyarakat itu membutuhkan teman seperti SS di kota lain, seperti Malang, Probolinggo, mereka selalu mendengarkan SS. Pertanyaannya, SS bisa gak *serve* mereka? Padahal secara undang-undang, secara geografis itu kan berpengaruh. Undang-undang katanya nggak boleh, jarak antara siaran kita dengan jangkauan terjauh sekitar puluhan kilometer. Kedua terhadap kebutuhan pendengarnya, mereka ingin mendengarkan SS meskipun mereka berada di negara lain. Internet juga begitu, internet bisa jauh lagi, kalau satelit hanya Asia Pasifik, kalau internet seluruh dunia. Bukankah banyak orang-orang Indonesia yang sekolah di luar negeri, kerja diluar negeri, ada yang berlibur di luar negeri, mereka ingin mendengarkan kondisi kota ini, mereka dengarkan radio on line, melalui internet.

¹⁵⁵ Wawancara dengan Yoyong Burhanudin manager Penyiaran Radio Suara Surabaya tanggal 17 juli 2006

Rudy Gozali adalah pendengar radio Suara Surabaya yang sekarang tinggal di Samarinda Kalimantan Timur. Sebelumnya Rudy Gozali pernah tinggal di Surabaya dan menjadi pendengar Radio Suara Surabaya. Kebiasaan mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya terus terbawa meski sekarang Rudy Gozali tinggal di Samarinda Kalimantan Timur. Hal ini bisa dilakukan karena Radio Suara Surabaya mempunyai website dengan alamat www.suarasurabaya.net. Dalam situs itu, terdapat fasilitas *radio online*, yang bisa digunakan mendengarkan siaran langsung Radio Suara Surabaya. Rudy Gozali merupakan salah satu pendengar Radio Suara Surabaya yang mengakses melalui internet melalui *radio online*.

Iya kebanyakan saya dengarnya melalui internet, saya merasa lebih enak pakai internet. Saya buka internet 2 kali sehari, untuk cek email. Ketika saya buka email saya pasti denger SS juga. Tapi kalau saya buka email, radio onlinenya agak *kresek-kresek*. Waktu saya di Cina, saya pernah denger SS di Cina. Itu tahun lalu, sama sekali gak ada gangguan, jadi saya dua jam dengerin SS, 2 jam juga gak ada gangguan. Makanya saya bingung, apa teknologinya atau internetnya atau apa. Padahal disana saya di warnet. Saya buka ssnet itu *radio onlinenya*, baru mencari informasi secara umum disitu. Saya lihat *openingnya*, kok ada yang menarik kemudian saya baca, saya lihat foto-fotonya.

Mendengarkan siaran radio Suara Surabaya melalui internet, tidak lepas dari kebiasaan Rudy Gozali mendengarkan Radio Suara Surabaya waktu tinggal di Surabaya.

Saya dengar SS pas sedang naik mobil. Itu pasti kalau saya di Surabaya Setiap kali naik mobil atau berkendara, naik motorpun saya dengarkan SS. HP saya ada radionya, saya dengar SS. Tapi di Samarinda, pasti saya buka komputer saya *connect ke* internet pasti saya buka suarasurabaya.net.

Mengakses siaran Radio Suara Surabaya melalui internet lebih mahal dibanding mendengar melalui radio. Karena pendengar harus membayar pulsa

internet. Tapi bagi Rudy Gozali, mahalnya biaya akses internet itu bukan masalah. Karena mahalnya biasa itu terbayar oleh kepuasan mendengar kabar dari Surabaya.

Kepuasan, saya dengar SS saya suka. Mungkin saya buka internet, kenapa? Ya pada dasarnya saya suka. Kalau bisa, setiap ada kesempatan saya pasti dengarkan.

Siaran Radio Suara Surabaya lebih banyak memberitakan kondisi lokal Surabaya maupun regional Jawa Timur. Menurut Rudy Gozali, informasi itu tetap menjadi suatu hal yang penting, karena Aloysius Dumatubun juga mencintai kota Surabaya.

7 tahun saya di Surabaya. Ini menimbulkan semacam tempat lahir saya ke dua, saya punya jiwa disana. Saya cinta Surabaya, jadi apapun hal yang menarik di Surabaya saya juga senang. Saya butuh informasi Surabaya. Saya pengen tahu lebih dalam Surabaya bagaimana, meskipun saya tidak lahir di sana, tapi saya juga senang tinggal di Surabaya. Karena saya lahir di Samarinda saya dengerin SS, saya juga kuliah di Surabaya.

Faktor kedekatan secara psikologis menjadi alasan Rudy Gozali untuk tetap menjadi pendengar Radio Suara Surabaya. Meskipun harus mengakses melalui internet, bagi Rudy Gozali bukan masalah, asalkan bisa tetap mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya. Rudy Gozali merasa mempunyai pengalaman berharga bersama Radio Suara Surabaya, ketika salah satu *gatekeeper* memintanya melaporkan kecelakaan pesawat terbang di kotanya Samarinda Kalimantan Timur.

Banyak pengalaman saya dengan SS. Saya lihat kecelakaan trus saya sampaikan. Tapi yang betu-betul istimewa, saya merasa... saya melihat suatu peristiwa. Ternyata orang SS bisa telp saya, saya nggak nyangka. Waktu itu kecelakaan pesawat di Samarinda, saya belum tahu tapi SS sudah tahu. Saya ngomong wah.. ini hebat sekali, kok saya belum tahu padahal itu di daerah saya. Tapi orang

SS sudah tahu dia telepon saya. ‘Pak Rudi bisa nyari informasi kecelakaan pesawat di Samarinda?’. Ya kemudian saya nyari informasi untuk saya sampaikan ke SS. Saya waktu itu ngomong sama *gate keeper*, kecelakaan pesawat tapi tidak sampai besar.

Rudy Gozali mengaku, mendengarkan Radio Suara Surabaya bukan sekedar siarannya tapi juga kedekatan yang terbangun dengan personil Radio Suara Surabaya, karena Rudy Gozali sering berkunjung ke studio. Hal itu yang menyebabkan Rudy Gozali ingin selalu mendengarkan Radio Suara Surabaya, meskipun Rudy Gozali berada di luar Surabaya.

Setiap kali saya ke Surabaya, saya pasti mampir ke studio. Awalnya sekali dua kali tapi akhirnya terbiasa dengan kesenangan saya. Jadi terbiasa, ayo kita ke SS. Saya makin senang dengar SS. Meski berada di Samarinda Kalimantan Timur, Rudy Gozali merasa mendapat banyak hal dari informasi di Radio Suara Surabaya yang bisa diterapkan juga di tempat tinggalnya. Rudy Gozali pernah menggagalkan korban penipuan dengan modus transfer rekening. Informasi tentang modus-modus penipuan itu didapatkan Rudy Gozali dari informasi di radio Suara Surabaya.

Saya pernah ketemu di ATM waktu saya *transfer* uang. Ada orang lagi telepon, itu uangnya kok belum masuk. Trus dia disuruh gini-gini. Saya langsung mikir, mau transfer orang kok pakai telepon. Trus saya tanya dia. Katanya dia dapet undian. Saya bilang, itu bohong itu pak. Saya pernah pengalaman denger gini-gini di SS. Terus diklarifikasi akhirnya terselamatkan. Saya merasa, saya bisa bantu orang, senang banget. Mungkin bagi saya gak ada gunanya tapi bagi orang itu berguna banget.

V.3.3. *Satelite Listener*

Radio Suara Surabaya bisa didengarkan di kota-kota lain seluruh Indonesia sampai wilayah Asia Pasifik dengan menggunakan satelit. Menurut Yoyong Burhanudin Manager Penyiaran Radio Suara Surabaya, munculnya teknologi satelit untuk mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya diawali ketika

Radio Suara Surabaya mempunyai program Jaring Radio¹⁵⁶. Jaring radio melaporkan tentang kondisi lalu lintas disaat-saat mudik.

Dari jaring Radio itu kemudian terbaca suatu kebutuhan bagaimana proses komunikasi antara kita dengan teman-teman radio yang lain, bisa langsung dilakukan secara bersama-sama. Akhirnya dengan banyak pertimbangan diputuskan satelit itulah yang menjadi alternatif sarana berkomunikasi. Disaat yang sama itu memenuhi kebutuhan pendengar yang mobilitasnya tinggi, yang rumah tinggalnya di Malang, kerjanya di Surabaya, malam sudah dia di rumah. Dia masih bisa dengar SS kalau dia menggunakan parabola mengakses melalui satelit.

Aloysius Dumatubun adalah pendengar Radio Suara Surabaya yang mendengarkan melalui satelit. Sebelumnya Aloysius Dumatubun lama tinggal di Surabaya tapi karena pekerjaan, saat ini Aloysius Dumatubun tinggal di Merauke Papua. Meski jauh dari Surabaya, Aloysius Dumatubun tetap mendengarkan Radio Suara Surabaya melalui satelit Telkom 1.

Saya diberi tahu Mbak Aini (penyiar Radio Suara Surabaya), sekarang SS bisa didengar dengan satelit. Terus saya tanya bagaimana caranya. Saya beli perangkatnya, ternyata bisa. Dari pada akses internet mahal. Kalau mendengarkan dengan satelit kan bisa lebih murah.

Aloysius Dumatubun ingin tetap mendengarkan Radio Suara Surabaya supaya bisa terus menyoro ti kinerja pelayanan publik yang dilakukan pemerintah. Hal ini tidak lepas dari kebiasaan Aloysius Dumatubun ketika berada di Surabaya dan mendengarkan Radio Suara Surabaya, Aloysius Dumatubun banyak menyoro ti masalah-masalah kota.

¹⁵⁶ Program Jaring Radio merupakan program siaran radio bersama pada waktu yang sama. Biasanya diikuti oleh beberapa radio dari berbagai kota, yaitu Radio nada Sumenep, Radio rasika Semarang, Radio Beo Persada Tarakan, Radio Mas FM Malang, Radio Mara Bandung, Radio Mandala Banyuwangi, Radio Arma 11 Yogyakarta, Radio DCS Madiun, dan Radio Andika Kediri. Dalam Jaring Radio, masing-masing radio yang bergabung menyampaikan suatu berita yang terbaru dan dibacakan secara bergantian. Di Radio Suara Surabaya, Jaring Radio disiarkan enam kali sehari. pukul 07.00 WIB, 08.10 WIB, 11.45 WIB, 13.50 WIB, 17.10 WIB, dan 19.50 WIB.

Yang membuat saya selalu ingin mendengarkan SS, kita dengan leluasa bisa mengungkapkan apa yang kita lihat. Menurut kacamata kami, apapun pelayanan dari pemerintah pada waktu itu di Jatim, bisa kita ungkapkan. Kalau pagi hari saya pas di Surabaya mendengarkan SS. Radio tidak dimatikan, sampai pagi bisa mendengarkan suara penyiar.

Menurut Aloysius Dumatubun, mendengarkan Radio Suara Surabaya melalui satelit memberi manfaat, dan sangat mungkin diterapkan di Merauke Papua.

Mungkin begini, saya merasa dari tahun 1991, SS membuat saya semakin berani, ini yang benar seperti ini. Tapi sampai di sini (Merauke) buntu. Tidak seperti di Surabaya, kita mau teriak kemana, akhirnya kita ikut perkembangan di sana. Justru pengetahuan lebih banyak, dan itu bisa saya terapkan di sini (Merauke Papua).

Meski tinggal di Merauke Papua, Aloysius Dumatubun merasa tetap membutuhkan berita-berita dari Jawa Timur. Dari siaran di Radio Suara Surabaya, Aloysius Dumatubun merasa mendapat ilmu sekaligus mengobati kangen pada teman-temannya di Jawa Timur.

Mungkin karena saya dulu mulai bekerja di Jawa Timur, jadi kecintaan saya terhadap Jawa Timur, sehingga walaupun itu hanya berita lokal menurut saya itu penting. Karena kenapa saya tidak curi ilmu seperti itu, teman-teman pada protes, kita urun rembuk bareng-bareng, disitulah kita bisa mengungkapkan salam kita pada teman-teman.

Bahkan Aloysius Dumatubun juga sempat geram mendengar pernyataan pejabat yang menurutnya kurang bisa diterima. Yaitu tentang Menteri Kesehatan yang menyatakan, dua korban yang meninggal warga Jatirejo yang desanya tergenang lumpur panas dari Lapindo Brantas Inc., bukan karena menghisap gas yang keluar bersamaan dengan lumpur itu. Tapi meninggalnya warga itu karena sakit bawaan. Menteri Kesehatan waktu itu menegaskan bahwa gas dari lumpur

panas Lapindo Brantas Inc. Tidak berbahaya untuk kesehatan manusia. Hal itu tidak bisa diterima Aloysius Dumatubun, dan membuatnya sempit emosional waktu mendengarnya.

Saya sempat dengar Menteri Kesehatan ngomong, itu tidak ada masalah, dua orang saudara kita di Sidoarjo yang mati itu bukan karena gas. Pada saat itu muncul pikiran saya, dari mana kok bisa ngomong seperti itu, datang aja suruh tinggal di Tanggulangin sana nginap semalam, kalau gas itu memang tidak berbahaya pulang dan lanjutkan tugasmu. Tapi kalau seandainya gas itu berbahaya, pulang letakkan jabatan urusan selesai. Itu ungkapan masyarakat, kenyataan orang semua, anak kecil nafasnya setengah mati kok Menteri Kesehatan bilang begitu. Itu yang menurut saya tidak benar, dan tidak benar itu kita harus ungkapkan menjadi benar.

Kedekatan khalayak pendengar radio dengan suatu kejadian membuat suatu berita yang disiarkan memiliki arti. Nilai berita itu terutama pada unsur kepedulian, kepentingan dan keakraban. Dalam kedekatan itu, bisa ditinjau dari tiga aspek¹⁵⁷ :

1. Dekat secara fisik / geografis

Kedekatan lokasi radio dengan pendengar, pembagiannya menurut kota, desa, dan kawasan transisi (untuk kaum penglaju) atau mereka yang memiliki mobilitas tinggi, akan menentukan jenis dan gaya penyampaian berita.

2. Sosiografis

Berdasarkan status sosialnya, masyarakat bisa dibedakan menurut kelas ekonomi, pendidikan, kelompok mayoritas yang berkuasa di suatu wilayah dan mereka yang menjadi rakyat biasa. kebutuhan dan kelayakan informasi pada masing-masing kelompok atau kelas sosial tersebut jelas berbeda.

3. Psikografis

¹⁵⁷ Masduki, op.cit., h. 25-26

Budaya dengar dan baca akan berpengaruh terhadap rutinitas mendengar jenis informasi tertentu. Masyarakat tradisional kurang menyukai hal baru, sebaliknya masyarakat modern sangat menyukai tantangan. Berita seputar prestasi spektakuler dan berbagai gejala perubahan dunia cenderung disukai masyarakat modern perkotaan. Sementara masyarakat tradisional lebih menyukai berita kriminal. Dari segi bahasa tutur, generasi tua lebih menyukai gaya serius dan datar sedangkan generasi muda lebih menyukai bahasa yang vulgar dan benuansa bombastis.

Errol Jonathans memberi tambahan, kedekatan tertuju pada interes atau daya tarik minat dan kepedulian. Sehingga kedekatan psikografis mengabaikan jarak dan lokasi maupun pertimbangan geografisnya. Hal itu disebabkan oleh persamaan dan solidaritas dalam kepercayaan, kebudayaan, kesukaan dan ras, kesamaan profesi, kesamaan minat dan kesamaan kepentingan dan perhatian.

Para pendengar Radio Suara Surabaya yang berada di luar Surabaya, seperti Aloysius Dumatubun dan Rudy Gozali tetap ingin mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya karena faktor kedekatan psikografis ini. Aloysius Dumatubun dan Rudy Gozali merasa mempunyai persamaan kepentingan dan perhatian untuk mendapatkan kabar tentang Surabaya dan Jawa Timur tempat dimana dulu mereka tinggal. Format siaran Radio Suara Surabaya yang menggunakan pola news interaktif masih menarik minat pendengar Aloysius Dumatubun dan Rudy Gozali, meskipun sekarang mereka berada di luar Surabaya.

V.3.4. Interaktifitas Pendengar Radio Suara Surabaya

Interaktif merupakan komunikasi yang terjadi antara penyiar dengan pendengar. Interaktif bisa juga terjadi dalam komunikasi antara pendengar yang satu dengan pendengar yang lain meski tidak dilakukan secara langsung tapi melalui moderator penyiar. Kegiatan interaktif dengan Radio Suara Surabaya bisa dilakukan melalui telepon maupun sms. Dalam tipologi ini, akan dipetakan pendengar Radio Suara Surabaya dengan pola interaktifitasnya mempunyai karakter pendengar aktif dan pasif.

Yoyong Burhanudin Manager Penyiaran Radio Suara Surabaya menyatakan, pendengar aktif adalah pendengar yang melakukan kegiatan interaktif dengan menghubungi Radio Suara Surabaya untuk menyampaikan informasi maupun pendapatnya. Cara berinteraktif bisa dilakukan dengan telepon, *Short Message Service* (SMS) maupun dengan kartu pos. Radio Suara Surabaya membuka line telepon interaktif pada nomor 0315600000 dan 0315600100 dan khusus SMS di nomor 08553010055¹⁵⁸.

V.3.4.1. Pendengar Aktif

Pendengar aktif merupakan pendengar yang melakukan interaktif dengan Radio Suara Surabaya. Interaktif dilakukan pendengar dengan menggunakan telepon dan *short massge service* (SMS). Ada berbagai alasan pendengar menelepon untuk berinteraktif dengan Radio Suara Surabaya. Para pendengar itu melakukan kegiatan interaktif biasanya untuk menyampaikan atau meminta informasi, berpendapat tentang suatu masalah dan aktif respon.

¹⁵⁸ Wawancara dengan Yoyong Burhanudin manager Penyiaran Radio Suara Surabaya tanggal 17 Juli 2006

Pendengar Radio Suara Surabaya mempunyai definisi tersendiri tentang tipe pendengar terkait dengan kegiatan interaktif di Radio Suara Surabaya. Hendra Prasetyo menyatakan, pendengar aktif adalah mereka yang secara aktif memberikan informasi kepada radio Suara Surabaya.

Pendengar aktif itu maksudnya yang selalu *contact*, baik langsung di *gate keeper* maupun yang langsung *on air*. Memang kita lihat memberikan informasi kelihatannya tidak berguna bagi orang yang tidak lewat di daerah itu, tapi bagi orang yang lewat sangat berarti. Misalkan ada kemacetan di daerah Tunjungan padahal ada orang mau melahirkan mau lewat tunjungan kalau ada macet saya cari jalan alternatif.

Tentang pendengar aktif, Arif Afandi mempunyai definisi yang sama dengan Hendra Prasetyo. Menurut Arif Afandi, pendengar aktif merupakan pendengar yang menghubungi Radio Suara Surabaya untuk memberikan respon atas suatu hal. Pendengar aktif yang *on air* di Radio Suara Surabaya terbagi dalam dua karakter yaitu yang menawarkan positif rezim dan negatif rezim

Kalau pendengar aktif, pendengar yang kemudian memberikan respon, mengontak stasiun yang bersangkutan dan itu jumlahnya tidak banyak. Coba di SS jumlah yang aktif kan sebetulnya bisa di daftar itu-itu saja. Kadang-kadang mereka ini psikologinya juga berbeda-beda ada yang menyukai positif rezim dan ada yang menyukai negatif rezim, ada yang menyukai optimizem, ada yang menyukai pesimism.

Dalam kacamata Arif Afandi, pendengar aktif yang termasuk dalam positif rezim adalah pendengar yang ketika *on air* menawarkan pemikiran-pemikiran yang optimis pada suatu masalah. Memberikan solusi yang bisa diterapkan. Tidak sekedar mengkritik dengan ungkapan-ungkapan yang pesimis pada suatu masalah. Pendengar ini dikategorikan Arif Afandi sebagai negatif rezim.

Definisi lain tentang pendengar aktif diberikan oleh Herry Sucahyo. Menurut Herry Sucahyo pendengar aktif merupakan orang yang peka terhadap berbagai masalah yang ada di sekitarnya. Dari kepekaan terhadap masalah itu kemudian pendengar itu menghubungi Radio Suara Surabaya untuk menyampaikan informasi maupun pendapatnya.

Kalau pendengar aktif dia selalu melihat apa yang terjadi di depan mata katanya nggak sesuai, nggak sinkron dengan keadaan yang sekarang, maksudnya transparansi itu bagus.

Menurut Herry Sucahyo, pendengar aktif adalah pendengar yang selalu *stay tune* mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya dan menelepon untuk memberikan informasi dan pendapatnya.

Yoyong Burhanudin Manager Penyiaran Radio Suara Surabaya menyatakan, pendengar aktif adalah mereka yang melakukan sesuatu untuk berhubungan dengan Radio Suara Surabaya. Cara mengubungi bisa melalui telepon maupun SMS.

Pendengar aktif, adalah mereka yang melakukan sesuatu. Mengirim SMS misalnya. SMS sebenarnya adalah alternative saja dari *on line* jadi sebenarnya sama aja. Oya, bahkan dengan konsep interaktifnya sendiri, kalau ada radio pake kupon, kupon pemilihan lagu, atau pake kartu pos, itu juga interaktif, antara mereka kepada kita. Jadi dia aktif sebenarnya, aktif *doing something* tidak sekedar diam, meskipun kalau tadi, 'Ok aku dengerin SS pindah jalan samping, jalan alternatif.' Mereka bukan pendengar aktif kita, kenapa? Karena kita tidak tahu, mereka nggak telepon SS, nggak ngasih tahu keberadaan dimana, jelas SS nggak punya data orang-orang seperti itu. Tapi ketika dia menelpon SS, baru ketahuan, orang ini. Minimal kan ada dalam sehari itu berapa kali dia telepon, sebab semua data kan terdokumentasi, jadi ketahuan dalam sehari berapa kali dia telepon.

Jika merujuk pada pendapat Katariina Lyytikainen dalam sebuah artikelnya tentang *Mass Communication*¹⁵⁹, publik komunikasi massa terbagi menjadi dua bagian, yaitu *a passive receiver* yang disebut sebagai *an audience* dan *an active participant* yang disebut *the public*. *An audience* merupakan khalayak pendengar atau pemirsa dimana mereka hanya mereaksi apa yang mereka lihat atau mereka dengar dari media. Tapi mereka tidak secara aktif mengambil bagian dalam diskusi. Sedangkan *the public* adalah kelompok yang secara aktif membentuk isu-isu penting dan mengambil bagian dalam isu-isu yang dilontarkan.

Pendapat Lyytikainen tentang pendengar aktif dan pasif dititikberatkan pada keterlibatan khalayak dalam diskusi tentang isu-isu penting yang hangat dibicarakan di masyarakat dan didiskusikan di media. Jika dikaitkan dengan pendengar Radio Suara Surabaya, maka yang disebut pendengar aktif (*an active participant* atau *the public*) adalah pendengar yang terlibat secara aktif memberikan pendapatnya dalam diskusi yang diselenggarakan Radio Suara Surabaya dalam siaran *news* interaktifnya. Sedangkan *a passive receiver* atau *an audience* adalah pendengar yang tidak terlibat dalam diskusi yang sedang disiarkan Radio Suara Surabaya. Meskipun pendengar tersebut menelepon ke Radio Suara Surabaya tapi jika tidak untuk terlibat dalam diskusi maupun menyampaikan pendapat, Lyytikainen menyebutnya pendengar pasif.

Sementara dalam konteks pemaknaan pendengar aktif dan pendengar pasif, antara pernyataan komunikator dalam hal ini dari Manager Penyiaran Radio Suara Surabaya dan komunikan yaitu beberapa pendengar yang mendefinisikan

¹⁵⁹ Katariina Lyytikainen, *Mass Communication*, http://www.media.hut.fi/~as75120/2003/english_material/final/MassCommunication.pdf, diakses 19 April 2006.

makna pendengar aktif, terjadi *negotiated meaning*. Pendengar memaknai, pendengar aktif adalah pendengar yang peka terhadap berbagai persoalan yang disampaikan dengan interaktif menelepon ke Radio Suara Surabaya. Makna lain menurut pendengar, pendengar aktif adalah pendengar yang menyampaikan informasi maupun pendapatnya secara proporsional dalam kegiatan interaktif. Sedangkan Radio Suara Surabaya memaknai dalam konsep yang hampir sama. Dalam konsep Stuart Hall dalam *negotiated meaning* terjadi tawar-menawar konsep yang diberikan media dengan pengertian yang diberikan khalayak. Khalayak pendengar Radio Suara Surabaya bisa tidak setuju dalam menginterpretasi beberapa aspek dalam teks, sehingga memunculkan alternatif atau negosiasi makna yang berbeda. Konsep yang berbeda itu justru akan memberi warna tentang pendefinisian pendengar aktif dan pasif di radio Suara Surabaya.

Dari sisi khalayak sendiri, W. Philips Davidson berpendapat khalayak bukanlah penerima yang pasif¹⁶⁰. Artinya tidak dapat dianggap seperti seongkah tanah liat yang bisa dibentuk oleh jago propaganda. Khalayak terdiri dari individu-individu yang menuntut sesuatu dari proses komunikasi yang menimpa mereka. Dengan kata lain mereka harus memperoleh sesuatu dari manipulator jika manipulator itu ingin memperoleh sesuatu dari mereka. Dari titik ini terjadi proses tawar-menawar. Dan khalayak mampu membuat proses tawar-menawar yang berat. Raymond A. Bauer juga mengkritik potret khalayak sebagai robot yang pasif. Bauer bahkan menyebut khalayak ada yang kepala batu (*obstinate audience*) yang baru mengikuti pesan ketika pesan itu menguntungkan mereka.

¹⁶⁰ Jalaluddin Rakhmat, op.cit., h. 203

Komunikasi ini tidak lagi bersifat linier (dengan peran komunikator yang dominan) tapi sudah menjadi sebuah transaksi. “*Each gives in order to get.*”

Pendengar aktif dalam tipologi ini dibagi dalam beberapa katagori, yaitu pendengar aktif informatif, aktif dalam berpendapat, aktif dalam respon pelayanan publik, aktif *mobile* dan aktif *non mobile*.

V.3.4.1.1. Pendengar Aktif Informatif

Pendengar aktif informatif adalah pendengar yang berinteraktif dengan Radio Suara Surabaya baik melalui telepon maupun SMS. Interaktif yang dilakukan oleh pendengar tipe ini adalah untuk memberikan atau menanyakan berbagai informasi pada Radio Suara Surabaya.

Hendra Prasetyo berinteraktif dengan menelepon ke Radio Suara Surabaya untuk memberikan informasi tentang lalu lintas. Menurut Hendra Prasetyo, informasi itu penting disampaikan melalui radio supaya pendengar lain bisa mengetahui dan melakukan upaya antisipasi jika diperlukan. Selain itu, jika ada masalah yang berkaitan dengan kemacetan lalu lintas, dan diudarkan bisa segera diselesaikan oleh pihak-pihak yang berkompeten.

Misalkan saya memberikan informasi tentang kemacetan lalu lintas yang terjadi, seperti di kawasan Tunjungan, kemudian ada tindak lanjut dari polisi. Dengan begitu kan masalah kemacetan bisa selesai dan pendengar lain juga terbantu.

Khusus untuk informasi lalu lintas, Hendra Prasetyo lebih menyukai *on air* sendiri mengudara dari pada dititipkan pada *gate keeper* untuk disampaikan kemudian. Dari pengalaman Hendra Prasetyo, informasi lalu lintas yang disampaikan *gate keeper* kadang terlambat diudarkan sehingga kurang akurat.

Masalah lalu lintas itu kan cepet sekali berubah, kadang-kadang saya sudah masuk di SS ternyata diterima *gate keeper* belum bisa masuk. Kalau *gate keeper* terlambat mengudarakan, saya dimarahi sama teman. Kadang-kadang teman saya bilang, informasimu nggak akurat. Padahal informasi saya itu sudah setengah jam yang lalu baru di udarakan, itu yang sering terjadi. Saya sering sekali mendapatkan SMS setelah itu di bacakan 'Pak disini lancar pak Hendra kok bilang macet'. Lho.. itu sudah setengah jam yang lalu tapi belum di udarakan. Jadi kalau semacam itu saya harus menyadari SS terlalu padat, jadi masalah lalu lintas yang tidak langsung saya bicara on air, saya tidak menitipkan karena saya sering dapat komplain. Tapi permasalahan yang sangat-sangat *urgen* dan tidak langsung dan itu tidak langsung di tindak lanjuti, saya pasti berbicara di SS. Misalkan masalah kerusakan jalan, masalah pelayanan dari pemerintah kota, pembuatan KTP, pembuatan SIM, itu kan meskipun tidak saya udarakan saat itu juga tetap bermanfaat berdampak untuk yang akan datang, saya pasti berbicara.

Alasan lain Hendra Prasetyo lebih menyukai *on air* dari pada menitipkan informasi di *gate keeper* karena *gate keeper* menyampaikan informasi tidak sesuai dengan yang diberikan Hendra Prasetyo. Berbeda jika Hendra Prasetyo mengudara sendiri, bisa membuat polisi kebakaran jenggot.

Beda, sangat berbeda. Saya titipkan di *gate keeper*, *gate keeper* menyampaikan kadang-kadang yang di sampaikan *gate keeper* tidak sesuai dengan apa yang saya inginkan ya itu pertama. Kedua, cara berbicara cara membawakan kata-kata pengolahan kata-kata itu mempengaruhi emosi seseorang dalam menindak lanjuti. Kalau di bawakan *gate keeper* mungkin saya misalkan saya berbicara masalah KKN atau korupsi kecil-kecilan yang terjadi di Kelurahan, atau saya berbicara tentang maraknya tingkat kejahatan yang ada di Surabaya, pada saat terjadinya perampokan yang terjadi di Margorejo yang merenggut korban dari pembantu, kalau di sampaikan di *gate keeper* hanya 'Pak Hendra prihatin dengan maraknya kejahatan yang terjadi di Surabaya'. Tapi dengan olahan kata-kata saya, itu bisa membuat Kapolwil kebakaran jenggot. Itu kan beda. *Gate keeper* tidak akan berbicara yang membuat orang itu sakit hati, tapi dengan kata-kata saya akhirnya Kapolwil sempat mencak-mencak karena saya terbiasa dengan kata-kata yang lunak tapi menyakitkan, sering sekali itu terjadi. Tingkat kepuasannya sangat berbeda, kalau di sampaikan *gate keeper* saya sangat-sangat tidak puas.

Interaktif untuk menyampaikan informasi lalu lintas juga dilakukan Sukma Rachmadhani. Menurut Sukma Rachmadhani, berbagi informasi lalu lintas dengan sesama pendengar melalui interaktif merupakan bentuk sikap saling tolong menolong yang menjadi solusi lalu lintas untuk pendengar lain yang mungkin terjebak kemacetan.

Kita di beri tahu orang daerah ini macet, kontribusinya kita... oya.. kita bisa memberitahu orang kalau di daerah ini macet. Kita ada *take and give* untuk orang lain. Kita ngobrol bukan SS yang membutuhkan sebetulnya tapi orang lain yang mendengarkan SS. Itu yang menolong sesama, ada juga amalnya juga masuk mudah-mudahan kalau kita ikhlas. Sebetulnya kalau SS nggak butuh *traffienya* kita, SS itu bisa telp ke polisi gitu aja kan sudah masuk. Kita telepon SS nggak ada ruginya. Mungkin nggak ada apa-apaanya berhubung kita cuman interaktif.

Seperti halnya Hendra Prasetyo, Sukma juga menyatakan, mengudara di Radio Suara Suara Surabaya, selain bisa memberikan informasi, pendengar juga bisa mendapatkan timbal balik dalam bentuk solusi terhadap masalah yang disampaikan.

Kalau kita berkeluh-berkeluh, ada jalan keluar. Kalau berkeluh seperti ini jalan keluarnya seperti ini, solusinya begini. Ada solusinya lah, motonya SS yang *news interaktif solutif* itu masuk sekali.

Melalui interaktif suatu informasi di Radio Suara Surabaya bisa dikoreksi dengan sesama pendengar. Sehingga informasi yang sampai kepada pendengar lain bisa akurat dan dipercaya. Seperti dikatakan Dian Setiawan.

Ya dilihat-lihat lagi, misalnya satu orang melihat jalannya lancar. Banyak orang yang memberi masukkan yang terbaik. Bukan dari satu orang saja informasinya. Jadi kita mericeknya dari banyak orang baru bisa dikatakan valid atau tidak. Kalau cuma 1 orang kita belum tahu, belum pasti 100 % benar. Jadi kita mericek lagi melalui pendengar yang lain. Sampai akhirnya saya yakin, jalan ini benar-benar macet atau lancar.

Jika Dian Setiawan memilih menunggu kebenaran berita lalu lintas yang diinformasikan pendengar melalui interaktif, maka Sukma Rachmadhani memilih cara lain. Untuk menguji akurasi berita lalu lintas yang diterima, Sukma Rachmadhani menelepon ke Radio Suara Surabaya tentang lalu lintasnya sekaligus alternatif jalan jika ada yang macet.

Kalau misalnya ada jalan macet, kita ada jalan alternatif biasanya saya kalau sudah dikatakan macet saya telepon ke SS untuk menanyakan alternatifnya gimana. Atau kadang *gate keeper* menyarankan memang macet tapi masih jalan kok, atau memberi jalan alternatif ke sini.

Pendengar yang lain, Rudy Gozali melakukan interaktif di Radio Suara Surabaya untuk menyampaikan kabarnya pada pendengar lain melalui radio. Rudy Gozali yang tinggal di luar Surabaya merasa perlu memberikan informasi tentang keberadaannya pada saudara atau kenalannya di Surabaya.

Kepuasan, saya dengar SS saya suka, saya telepon ingin memberi sesuatu kepada orang lain. Berita-berita atau kondisi kabar saya atau mungkin saya menganggap SS sebagai kayak keluarga sendiri. Pendengar SS saya anggap sebagai teman saya sendiri, jadi saya ingin menyapa teman-teman di SS bahwa saya baik-baik aja, saya harap anda juga baik-baik juga.

Sesekali Rudy Gozali berinteraktif dengan Radio Suara Surabaya untuk berbagi pengalaman dengan pendengar lainnya tentang kondisi tempat tinggalnya di Samarinda Kalimantan Timur.

Saya suka berbagi pengalaman, telepon ke SS cerita tentang pengelolaan sampah disini (Samarinda) atau masalah pembauran warga Samarinda gimana, pasar tradisional. Waktu Imlek saya pernah cerita tentang pasar tradisional Samarinda, banyak rombongan-rombong, penjual-penjual ayam. Ternyata pendengar lain ikut cerita karena pembicaraan saya menarik.

Selain berinteraktif untuk menyampaikan informasi lalu lintas, pendengar Radio Suara Surabaya juga berinteraktif untuk mengadukan keluhan terutama yang terkait dengan pelayanan publik seperti dinyatakan Hendra Prasetyo.

Jalan rusak yang ada di pasar Darmo Permai, itu sudah berkali-kali saya udarakan tapi tidak ada tanggapan dari pemerintah kota, dengan alasan jalan itu masih tanggung jawab *developer*. Padahal disana ada berdiri fasilitas umum pasar, pom bensin, gratipari telkomsel. Disana harusnya pemerintah kota melihat, jalan ini bukan jalan milik warga lagi menjadi jalan masyarakat, menjadi kewajiban pemerintah kota. Karena disana aktifitas perdagangan itu yang membuat jalan itu cepat rusak, dan sampai detik ini juga belum ada tanda-tanda dilakukan perbaikan.

Tujuan berinteraktif dengan menyampaikan suatu masalah melalui media, adalah mendapat penyelesaian terhadap masalah tersebut. Hendra Prasetyo mengaku, dalam beberapa persoalan yang diungkap dengan *on air* di Radio Suara Surabaya akhirnya mendapat solusi.

Saya sering sekali pada saat terjadi suatu kepadatan lalu lintas, saya memberikan input masukkan-masukkan buat kawan-kawan kepolisian, itu langsung mereka menanggapi dan langsung ada solusi pemecahan. Misalkan kepadatan di lingkaran tol satelit, apabila tidak ada petugas kemudian langsung diberikan petugas disana, kemudian ada solusi supaya petugas itu menetap di sana dan dibangun pos. Saya berbicara itu di SS, kemudian ditangkap oleh Kasatlantas Surabaya Utara, kebetulan waktu itu Pak Hari Purwanto kemudian saya sempat berkomunikasi dengan pak Hari. Solusinya apa pak Hendra? Saya katakan, berikan pos disana supaya petugas bisa ngepos dan ternyata pos itu sudah berdiri disana. Pos polisi itu sangat membantu bukan hanya terhadap kepadatan lalu lintas tetapi juga kerawanan yang terjadi di tol Satelit. Dengan adanya pos polisi yang ada di sana jelas mereka yang akan melukukan tindakan kejahatan mereka akan berfikir karena ada aparat yang bertugas keamanan di sana. Jadi banyak yang bisa dimanfaatkan melalui media di SS ini, komunikasinya.

Selain masalah lalu lintas, Hendra Prasetyo juga berinteraktif untuk mendapatkan solusi atas permasalahan yang terkait dengan pelayanan publik tentang perbaikan jalan.

Misalkan saya sering sekali mengkritisi masalah saluran tepi jalan. Di jalan HR Mohammad itu selalu terjadi banjir, karena saluran tepi jalannya itu lebih tinggi dari pada badan jalan. Setelah saya udarakan di SS, dan sekarang sudah dibuatkan saluran tepi jalan yang cukup bagus. Jadi banjirnya berkurang.

Jika masalah yang dikemukakan tidak mendapat respon dari pihak-pihak terkait, Hendra Prasetyo biasanya mengungkapkannya terus menerus dengan berinteraktif di Radio Suara Surabaya. Hal itu dilakukan Hendra Prasetyo untuk terus menerus mengingatkan supaya masalah-masalah kota segera terselesaikan.

Kalau ada suatu permasalahan yang saya tahu belum ada tanggapan, ya paling tidak satu minggu sekali saya ingatkan. Kita nggak boleh merasa bosan, kalau kita merasa bosan jelas tanggapan itu tidak ada nantinya. Kalau itu belum ada respon kita berbicara terus. Mungkin pada saat itu mereka pejabat yang bersangkutan tidak mendengar, mungkin pada suatu ketika mereka mendengar atau terbentur dengan anggaran. Jadi saya tetap mengingatkan pada mereka di sini ada sesuatu yang harus diperbaiki, tetap ya satu minggu sekali, sepuluh hari sekali, dan bukan berarti kalau saya memberikan masukan tidak ada tanggapan sama sekali kemudian saya seperti patah arang tidak ya.. Saya laksanakan terus demi perbaikan kota.

Seperti halnya Hendra Prasetyo, Nahariensih Hartoyik juga merasakan kemudahan mendapatkan solusi ketika berinteraktif dan langsung *on air* di Radio Suara Surabaya. Beberapa informasi yang disampaikan mendapat tanggapan positif.

Pernah anak saya naik kereta dari Banyuwangi ke Surabaya. Waktu itu dia sama anak-anaknya, mertuanya dan keponakannya. Jadi dia nggak sempat bawa kendaraan sendiri naik kereta. Ternyata di daerah mana gitu, keretanya anjlok. Kasian anak-anak duduk di tengah sawah. Saya langsung telepon ke SS. SS belum

tahu pada waktu itu akhirnya di respon sampai selesai. Bagus sekali, saya senang. Waktu itu dari KAI (Kereta Api Indonesia) yang di sana kayaknya tidak bertanggung jawab. Setelah tahu SS telpon ke sana mereka akhirnya meninjau dan akhirnya diusahakan sampai disini. Jadi betul-betul di respon betul-betul pengalaman yang bagus sekali.

Nahariensih Hartoyik mempunyai beberapa pengalaman lain dalam interaktifitasnya dengan Radio Suara Surabaya sampai akhirnya menemukan solusi.

Ada hal-hal yang tidak bisa saya selesaikan dan ternyata bisa beres setelah telepon SS. Misalnya didepan rumah kan ada lampu PJU kalau pagi nyala sore mati, akhirnya saya telepon ke SS. Langsung di respon. Begitu selesai langsung pet mati siang hari dan nyala malam. Saya kaget sekali. Trus yang kedua lagi, pernah di tempat saya ada adu doro. Waduh ganggu sekali, saya telepon ke Polsek tapi nggak ditanggapi, alasannya susah Bu begini-begini... Trus saya telepon ke SS. Oh ya gini-gini... setelah saya telepon ke SS lagi ternyata ditanggapi. Akhirnya ada yang digrebek sama polisi... ya itu karena SS juga. Trus saya punya masalah dengan gas elpiji. Elpiji kan dulu susah. Elpiji saya dari aluminium nggak boleh. Akhirnya saya telp ke SS, mbak ini saya punya elpiji aluminium saya beli kok gak boleh, harus beli malah di agennya di jalan Gunungsari nggak bisa. SS kasih tahu, itu sudah lama kok Bu, nggak dengarkan kita ya... Lha kita kan paling elpiji 3-4 bulan baru habis, kan gak tahu kalau ada pengumuman elpiji dari aluminium nggak boleh dipakai. Akhirnya saya beli baru. Tapi yang lama trus saya apakan? Penjualnya bilang, ya.. buang aja Bu beli lagi. Saya marah kan, akhirnya saya telepon ke SS. Saya diberi tahu kalau di jl Mayjen Sungkono situ di Dukuh Pakis katanya bisa tukar. Akhirnya saya kesana terus ditukar ya.. boleh lho. Itu kalau nggak ada SS mana saya tahu, itu kan berguna sekali bagi saya jadi kalau ada apa-apa telepon aja ke SS.

Untuk bisa interaktif dengan Radio Suara Surabaya, pendengar harus berlomba dengan pendengar lainnya yang sama-sama juga ingin *on air*.

Nahariensih Hartoyik mengaku kecewa jika sudah bisa masuk tapi gagal *on air*.

Ya kecewa, sudah masuk eh... *gate keeper* bilang, Bu... ini sebentar lagi masih ada acara ini, ibu tunggu sebentar lagi terus ditutup.

Terus orang lain masuk. *mangkel* saya. Sering begitu. Susah juga ya...

Supaya tidak kecewa karena gagal *on air*, dalam interaktifnya Nahariensih

Hartoyik menyasiasi cara meneleponnya supaya bisa masuk dan *on air*.

Cepet-cepetan supaya masuk kadang-kadang pembicara pertama sudah hampir selesai cepet-cepet saya masuk. Kalau nggak gitu ya nggak nyambung. Kadang-kadang saya dului pertama kali telepon mesti masuk. Kemarin saya masuk masalah kesehatan saya lihat masalah darah tinggi dan juga masalah kolesterol untung saya habis *cek up* dari Paramitha kan tinggi kolesterol saya, begitu dokter ngomong wis tak masuk pertama itu baru masuk nomor satu baru bisa kalau sudah ketinggalan susah masuknya nggak bisa nanya. Kesempatan bagus kalau pas dialog sama dokter kan biayanya mahal kalau *ini* kan konsultasi gratis luar biasa kan.

Memberikan informasi dalam interaktif di Radio Suara Surabaya membuat Nahariensih Hartoyik harus mengeluarkan sejumlah biaya. Menurut Nahariensih Hartoyik, biaya yang dikeluarkan sebanding dengan wawasan yang dikeluarkan.

Ya gak papa demi suatu wawasan dan mencari ilmu. Walaupun saya ini ibu rumah tangga biasa tapi saya ya seneng biar saya tidak terlalu jau-jauh ketinggalan, tidak kuper banget lah.

Seperti halnya Nahariensih Hartoyik dan Hendra Prasetyo, Sukma Rachmadhani juga pernah mendapat manfaat dari interaktifitasnya dengan Radio Suara Surabaya. Diantaranya masalah pelayanan telepon yang bisa ditangani dengan cepat.

Ya memang keluhan masyarakat lebih cepat di tanggapi kalau kita langsung melalui SS itu sudah pernah aku buktikan. Telepon bermasalah. Aku telepon 147 katanya ada perbaikan. Aku telp ke 147 lagi katanya ya.. besok-besuk sampai satu minggu. Terus aku telepon SS disuruh *on air*. Langsung ditanggapi dan hanya beberapa saat terus kepalanya Telkom langsung nyuruh anak buahnya. Dari Telkom ada yang hubungi kesini dan cepet sekali selesai. Lha... apa gunanya 147? Mending telpnya dia ganti 5600000 itu teleponnya SS, biar lebih cepat. Rasanya semuanya itu sudah dibuktikan dengan banyak orang. Kalau ada keluhan dibulet-buletin telepon aja SS sudah... lebih cepet beres.

Menurut Sukma Rachmadhani, dengan berinteraktif melalui Radio Suara Surabaya, masalah kriminal pun bisa diselesaikan lebih cepat. Ini pengalaman teman Sukma Rachmadhani yang kehilangan motor tapi langsung bisa ditemukan sesudah dibantu pendengar lainnya.

Untuk kejahatan-kejahatan lebih cepat di SS. Malah temen aku sepeda motornya hilang, pertama yang dihubungi SS bukan polisi. Alhamdulillah kok ketemu, sepeda motornya hilang di Rungkut ketemu di apotik apa gitu di Tenggilis. Ketemu ada pendengar yang berpapasan dengan motor itu, kearah mana sama pendengar itu diikuti. Dia telepon ke SS trus ditangkap polisi. Bisa ketangkap kok itu. Setelah on air di SS dia baru ke polisi. Dari polisi kan ada surat kehilangan itu baru difax ke SS. Itu lebih cepat. Sepeda motor ketemu hari itu juga. Aku juga kalau ada berita kendaraan hilang langsung catat nomornya di kertas, kalau nggak ya... di HP, siapa tahu aku lihat. Kalau dilihat sesama pendengar bisa cepat dibanding polisi. Polisi kan ga ada segitu banyak di jalan. Koordinasinya kan dengan HT. Personil polisi, terus terang aja proseduralnya berbelit. Sepeda motor hilang itu cepat sekali. Hilangnya motor selisih beberapa jam saja udah ilang nggak bisa ketemu. Kalau di polisi kita buat laporan, harus di ketik dulu, makan waktunya hampir satu jam, itu ditanya keterangannya gimana, ciri-cirinya apa, itupun diketik, ketikan manual yang masih minta tanda tangan biasanya minta tanda tangan apa-apa. Proseduralnya itu terlalu jauh, itu suratnya selesai motornya sudah masuk rumah.

Prinsip keintiman yang dibangun antara radio dengan pendengarnya tidak berhenti dengan dua pihak saja. Antar pendengar radio pun tercipta keakraban sehingga terjadi hubungan interpersonal yang tidak langsung. Dalam artian, masing-masing pendengar memiliki kedekatan emosional antara satu orang dengan orang yang lain. Kedekatan emosional yang terbangun diantara sesama pendengar akan membuahkan kebersamaan untuk ikut terlibat di dalamnya. Dalam kasus kendaraan hilang misalnya, ketika seorang pendengar kehilangan kendaraan, pendengar lainnya merasakan empati. Ini tercermin dari sikap ingin membantu. Seperti yang dilakukan Sukma Rachmadhani, yang merasa perlu

mencatat setiap nomor kendaraan yang hilang supaya kalau sewaktu-waktu di jalan melihat mobil yang hilang, bisa memberikan informasi. Pola interaktif di Radio Suara Surabaya bisa membangun hubungan kedekatan diantara pendengar.

V.3.4.1.2. Pendengar Aktif dalam Berpendapat

Interaktif yang dilakukan pendengar Radio Suara Surabaya selain memberikan dan menanyakan informasi, pendengar juga melakukan interaktif untuk keperluan lain, yaitu menyampaikan pendapatnya. Pendapat para pendengar Radio Suara Surabaya biasanya disampaikan dalam *talkshow* yang membahas topik tertentu.

Sri Utami termasuk pendengar yang sering menyampaikan pendapatnya ketika berinteraktif dengan Radio Suara Surabaya. Menurut Sri Utami, menyampaikan pendapat bisa menyalurkan apa yang dipikirkan. Sri Utami tidak peduli apakah pendapatnya direspon ataukah tidak oleh pihak-pihak yang bersangkutan.

Ya, saya merasa sering tersalur dengan bicara di SS. Didengar atau nggak ditenger nggak peduli saya. Intinya saya bicara seperti apa yang saya rasa dan pikirkan. Di Indonesia jarang orang bicara apa adanya. Apakah dia menyinggung orang lain atau tidak, orang lain suka atau tidak, itu jarang. Saya tipikal orang yang seperti itu. Saya berani bicara, orang lain suka nggak suka, saya suka ya saya lakukan. Ketika mahasiswa saya termasuk orang yang berdiri paling depan untuk memberontak apa yang saya lihat nggak pantas untuk dilakukan. Di SS saya merasa bisa menyalurkan itu walaupun terkesan sebagian orang mengatakan saya terlalu kontroversial, terlalu berani untuk menyampaikan, saya pikir nggak papa. Saya harus bisa memberi warna yang beda dibanding orang lain. Dan di karier saya sampai dengan hari ini, untuk posisi yang paling tinggi sekarang saya pegang untuk seluruh Indonesia, karena saya beda dibanding orang lain. Menurut saya, di SS mungkin kalau *dipolling* ada sebagian orang yang tidak suka cara saya menanggapi problem, ada juga yang suka karena saya suka terbuka. Buat saya prinsip suka nggak suka itu hal yang wajar.

Ketika kita sudah menyalurkan aspirasi, pro kontra itu hal yang biasa.

Dalam interaktifnya dengan Radio Suara Surabaya, Sri Utami lebih suka membicarakan masalah anak-anak, pendidikan dan berbagai masalah sosial lainnya. Sri Utami memberi catatan, hanya mengudara jika merasa tertarik terhadap masalah yang ada. Jika merasa tidak kompeten bicara tentang topik yang sedang didiskusikan, Sri Utami memilih diam dan hanya menjadi pendengar.

Mungkin karena saya.. kembali ke pedulian ya saya yang berkaitan dengan kepedulian biasanya saya lebih peduli dibandingkan dengan hal-hal lainnya. Misalnya pemerintahan kita yang nggak peduli dengan PKL, pengelolaan stren kali, anak-anak terlantar, masalah purbakala, masalah pendidikan. Ya... yang bersifat seperti itu supaya saya bisa memberi hal yang berbeda. Karena ada tipe tipe orang, *leader*, *follower* dan *trouble maker*. Saya lebih suka masuk di leader. leader itu kan biasanya berani bicara apa adanya terlepas orang suka nggak suka saya nggak peduli yang penting saya sudah menyampaikan. Perbedaan pendapat itu menurut saya biasa.

Sri Utami mempunyai pendirian sikap yang tegas dalam berpendapat dan tidak memperlakukan perbedaan pendapat. Sikap seperti ini dimiliki sejak mahasiswa. Ketika mahasiswa Sri Utami termasuk orang yang berdiri paling depan untuk memberontak apa yang terlihat tidak pantas untuk dilakukan. Sikap itu juga terbawa dalam kariernya. Dengan karakter yang demikian itu pula Sri Utami mencapai prestasi karier dengan menduduki posisi manager yang membawahi bagian pemasaran untuk seluruh wilayah Indonesia.

Interaktif di radio Suara Surabaya juga menjadi sarana bagi Aloysius Dumatubun untuk mengungkapkan pendapatnya tentang suatu masalah, meskipun Aloysius Dumatubun berada di luar Surabaya. Walaupun tidak mendapat solusi dari masalah yang diungkapkan, tapi Aloysius Dumatubun sudah merasa puas

karena beban yang dirasakan bisa berkurang dengan mengungkapkan *uneg-unegnya* melalui Radio Suara Surabaya.

Salah satu contoh kejadian yang terjadi di Meroke, saya bisa mengungkapkan pada semua orang di Surabaya supaya bisa tahu. Seperti kasus terakhir ini, saya sempat teriak. Masalah penuntutan tanah-tanah adat kembali. Tanah-tanah yang telah kita tinggal bertahun-tahun, ternyata dituntut kembali oleh masyarakat penduduk asli supaya kita membayar uang ganti rugi. Padahal itu sudah dilakukan oleh nenek moyang kita kenapa masih harus ditagih lagi, kita teriak disini semua buntu. Kita bicara dengan pemerintah, dengan ini semua buntu. Saya punya pemikiran kalau seandainya saya bisa teriak di SS, ada teman-teman yang ada di sana, akan dengar, kok begini jadinya daerah saya. Cita-cita saya sebetulnya, kalau ada salah satu radio, biar masyarakat disini bisa teriak sesuka hati mereka, apa yang mereka lihat tidak benar, pelayanan pemerintah tidak benar, kaum swasta kalau kerja tidak benar, mengungkapkan semua. Agar semua sektor kita bangun sama-sama, cuman itu keinginan saya daerah ujung ini janganlah tertinggal dengan di Jawa.

Seperti halnya Sri Utami, Aloysius Dumatubun merasa sudah cukup puas dengan menyampaikan pendapatnya melalui interaktif di Radio Suara Surabaya tanpa ada respon dari pihak-pihak terkait.

Sebetulnya tidak ada respon, tapi itu suatu kepuasan buat saya. Ya, supaya teman-teman saya di Surabaya tahu betapa bobroknnya keadaan di sini. Tidak ada solusi sebetulnya, tidak pernah, karena buntu, tapi batin saya puas bisa teriak jadi semua orang tahu, kerjanya cuma gini aja, dilur koar-koar begini semua. Apalagi dengan tujuan 'satu hati satu tujuan' semua pendatang di tarik, masih di tuntutan lagi masalah hukum adat, itu yang mau saya sampaikan pada saudara-saudara yang ada di Surabaya. Semboyan yang di sampaikan pemerintah daerah satu hati satu tujuan, omong kosong semua, bohong semua. Biar mereka disana tahu, dengan adanya tv mewawancarai dia dengan semboyan satu hati satu tujuan, mereka disana menganggap kita disini damai, tapi dengan ungkapan saya melalui SS, ternyata disini tidak damai.

Menyampaikan pendapat dengan interaktif dalam suatu acara di Radio Suara Surabaya juga dilakukan Sukma Rachmadhani. Acara Perspektif Orang

Muda di Radio Suara Surabaya, tempat Sukma Rachmadhani mengungkapkan pendapat-pendapatnya. Misalnya tentang pada waktu Perspektif Orang Muda mendiskusikan tentang bahasa Jawa yang sudah jarang digunakan.

Perspektif Orang Muda waktu itu bicara tentang penggunaan bahasa Jawa. Penggunaan bahasa Jawa saat ini sudah luntur, sudah tergantikan bahasa asing. Lunturnya budaya bahasa Jawa terhadap anak muda disaingi bahasa asingnya itu yang mengena. Selama ini memang kita gak ada yang berpikir tentang bahasa Jawa ternyata SS memikirkan itu.

Sukma Rachmadhani bergabung dalam dialog interaktif di acara Perspektif Orang Muda untuk menyampaikan sumbangsih pemikiran sekaligus menambah wawasan.

Perspektif Orang Muda bahwa anak muda sekarang tidak berpikir tentang segi senang-senengnya kita. Di Perspektif Orang Muda, wawasan kita dibuka. Jadi sebagai anak muda harus bisa melihat kedepannya kita bukan hanya saat ini kita bersenang-senang tapi bagaimana kita melihat masa depan yang rasanya persaingannya sangat ketat terus lapangan kerja yang semakin sulit. Apa yang kita kerjakan sebagai masyarakat muda apa yang bisa kita sumbangsihkan terhadap negara ini. SS bisa membuka wawasan bukan hanya anak muda sekarang senang-senang. glamor, dugem nggak kayak gitu.

Hendra Prasetyo berinteraktif dengan Radio Suara Surabaya juga untuk menyampaikan pendapat. Hendra Prasetyo biasanya mengkritisi beberapa permasalahan kota dengan gaya bicara yang membuat pihak yang dikritisi kebakaran jenggot.

Saya pernah mengkritisi iklan-iklan yang digunakan untuk mendanai Persebaya. Juga pernah saya kritik anggota dewan yang ngelenceer dan minta sanga. Itu saya lakukan karena saya cinta kota ini.

Tapi kritis dalam interaktif itu bisa berdampak negatif. Hendra Prasetyo mengaku mendapat teror sesudah mengungkapkan kritiknya dalam *on air* di Radio Suara Surabaya.

Tidak semua orang suka sama saya, mungkin ada orang yang tidak suka dengan saya, karena saya mengkritisi mereka. Pasti mereka tidak suka, mungkin ada rasa tidak suka, dendam. Yang sering terima teror malah bukan saya, istri, keluarga. Waktu mengkritisi iklan yang digunakan untuk Persebaya itu, istri saya ya sempat diancam. Di telepon ada yang bilang, 'Pak, jangan macam-macam.' Bisa dibilang mengkritisi sesuatu di udara itu bisa beresiko. Terutama pada saat saya mengkritisi dewan yang menggunakan minta sugu segala, saya itu sering mendapatkan teror. Kalau saya mendapatkan teror, saya malah berteriak lantang. Saya malah tidak berhenti berteriak. Teror itu tidak akan menghentikan saya. Yang bisa menghentikan saya bersuara kalau Surabaya itu sudah bagus, pelayanan kepada masyarakat sudah bagus, semuanya sudah bagus, yang namanya masyarakat sudah betul-betul menikmati lingkungan yang indah, pelayanan yang baik, saya pasti akan berhenti berbicara. Selama itu masih ada sesuatu yang tidak bagus dan yang namanya KKN terus merajalela, saya tidak akan berhenti berteriak.

Sementara Ahmad Jabir mempunyai alasan lain untuk berinteraktif dengan Radio Suara Surabaya. Biasanya Ahmad Jabir berinteraktif untuk meluruskan pendapat yang disampaikan nara sumber.

Masih ingat misalnya pas bincang masalah syukur di acara Nara Kualita Ahsana. Nara sumber waktu itu mengarahkan syukur kepada nuansa-nuansa nerimo. Padahal kalau kita melihat syukur itu adalah konteksnya memanfaatkan seluruh yang kita punya untuk mengoptimalkan bahkan memaksimalkan kebaikan. Kalau dalam bahasa kita ibadah itu narasumber tidak cukup menguasai konsep syukur. Waktu itu saya melihat sehingga saya masuk dengan bertanya karena kalau nggak tidak menjadi pendidikan malah menjadi mengdegradasi pemahaman atau konsep syukur itu sehingga masyarakat muslim bicara syukur itu bicara nerimo bicara syukuran tidak ada peningkatan dari sisi kamasalahatan dari dirinya untuk masyarakat untuk dirinya untuk keluarganya dan masyarakat dan untuk tentunya Allah. Yang satunya masalah Yogya kalau gak salah, masalah musibah saya masuk waktu itu mengingatkan bahwa yang namanya musibah dari Allah bukan sifatnya materi kan selalu saja masyarakat itu bicara musibah bicara masalah kecopetan dicuri, kemudian jatuh, kecelakaan

sifatnya materi fisik tapi adanya ayat di dalam Al-Qur'an itu ada musibah itu berubah sifatnya non materi misalnya semakin kerasnya hati kita itu namanya musibah karena di dalam Al-Qur'an disebutkan orang yang meninggalkan janjinya kepada Tuhannya akan di laknat oleh Allah, dan laknat itu bisa macam-macam, bisa hati yang keras, musibah dinisbahkan pada hal-hal fisik dan materi itu waktu itu masuk juga. Tapi bagus ada acara itu.

Meluruskan pendapat nara sumber terutama tentang materi keislaman dilakukan Ahmad Jabir karena pendengar Radio Suara Surabaya ini seorang ustad yang sering menyampaikan ceramah agama dan juga kader Partai Keadilan Sejahtera.

V.3.4.1.3. Pendengar Aktif dalam Respon Pelayanan Publik

Interaktif yang ada di Radio Suara Surabaya juga digunakan pendengar untuk meluruskan pemberitaan yang keliru seputar masalah publik. Arif Afandi yang menjabat Wakil Walikota Surabaya adalah pendengar yang memanfaatkan siaran interaktif Radio Suara Surabaya untuk menyampaikan kebenaran berita yang salah tentang dirinya.

Diawal-awal jabatan saya (sebagai Wakil Walikota Surabaya), saya berkunjung ke Kuala Lumpur membawa delegasi. Kemudian ini dipersoalkan oleh masyarakat. Kenapa kok *nglencer* kesana. Baru saya jelaskan, saya menggunakan SS untuk menjelaskan, bahwa saya kesana itu dalam rangka memenuhi undangan dan tidak menggunakan dana APBD. Saya menggunakan uang sendiri. Undangan yang lain-lain juga biaya sendiri. Disana bertemu dengan pengusaha, melakukan dialog-dialog bisnis, diterima menteri dan sebagainya, dan kemudian sampai sekarang tindak lanjutnya masih ada. Banyak hal yang saya selalu menggunakan forum-forum di SS untuk meluruskan persepsi masyarakat yang salah.

Menurut Arif Afandi, cara interaktif ini cukup efektif untuk meluruskan masalah, supaya tidak menimbulkan dugaan-dugaan yang keliru di masyarakat.

Dengan jabatan publik yang disandang Arif sekarang, masyarakat selalu menyoroti karena berkaitan dengan uang rakyat yang ada dalam APBD Kota Surabaya.

Bagi pendengar lain yang bekerja di sektor pelayanan publik, interaktif merupakan bagian dari kehumasan untuk memberikan informasi yang berkaitan dengan institusi pelayanan publik. Sunarno yang menjadi humas PDAM Kota Surabaya mengaku, interaktif dengan Radio Suara Surabaya dilakukan untuk menjawab keluhan warga terutama yang bermasalah dengan air PDAM.

Keluhan pelanggan itu ternyata masing-masing sumber itu mempunyai dampak psikologis terhadap karyawan kami. Memang kami, bukannya mentang-mentang SS didulukan bukan itu. Tapi sumber data informasi itu menurut kami mempengaruhi psikologis kinerja teman-teman di PDAM. Seperti contoh, kami mendapatkan laporan dari SS, kenapa cepat ditanggapi? Itu karena si pendengar SS orangnya empatinya tinggi. Ada orang laporan kebocoran di titik A lewat tidak akan diam, ngomong lagi. Dari ngomong lagi itu sehingga kami sendiri memberi tahu ke temen-temen, ini ada laporan dari masyarakat mohon segera ditangani. Apakah itu dari SS maupun yang lain, punya dampak psikis. Mungkin A lapor, iya pak kami terima laporannya. Memang kami tidak bisa menjawab langsung kan, kami punya pekerjaan fisik ya... baru direspon malumnya. Lha nunggu malem itu sore ada orang lewat di titik yang sama, ada pengaduan lagi. Memang saya sering ngomong ke temen-temen, kalau ada orang laporan, pertama kedua ketiga seolah-olah kan, wah PDAM dilapor kok *ndablek*. Kami sebagai humas memberikan suatu input ke manajemen, ini lho dampaknya. Memang kami tidak diskriminasi, kalau bisa cepat merespon kenapa tidak.

Sebagai institusi pelayanan publik, interaktif yang dilakukan Sunarno dengan Radio Suara Surabaya tidak hanya dilakukan kalau ada pelaporan dari masyarakat, tapi juga informasi yang sifatnya antisipatif. Sunarno berinteraktif dengan Radio Suara Surabaya untuk menyiarkan informasi layanan PDAM Kota Surabaya.

Seperti begini, kami punya pekerjaan perbaikan yang menyangkut pelayan, perbaikan instalasi, yang kami agendakan. Kami harus ngomong ke masyarakat dulu lewat radio. Radio itu salah satu komunikasi paling cepat, memang masih ada kelemahan. Kelemahannya tidak semua mendengarkan radio itu, paling nggak kecepatan informasi di tangkap masyarakat, meskipun tidak secara global. Misalnya malam-malam ada pipa pecah, kami harus *on air* di situ, meskipun tidak ada laporan. Yang kedua kami punya tujuan, bahwa secara tidak langsung kami minta bantuan ke teman-teman penyiar atau mungkin *gate keeper* SS sehingga kami terbantu. Ada apa-apa sedikitpun kami umumkan, selama itu menyangkut gangguan pelayanan, atau program PDAM. Jadi bukan hanya bersifat pasif menunggu laporan.

Selain institusi PDAM, kepolisian juga memanfaatkan interaktif di Radio Suara Surabaya untuk merespon masyarakat. Herry Sucahyo yang menjabat Kepala PJR Tol Surabaya menyatakan, respon pada publik itu sudah menjadi bagian dari tugas.

Saya menelpon SS manakala saya denger hal-hal yang nggak bener tentang kelalulintasan. Orang yang perlu menanyakan sejelastelastnya, saya perlu angkat bicara. Saya disini kan polisi lalulintas masyarakat, fungsi saya kan melayani juga masyarakat, memberikan pengayoman, melindungi selaku penegak hukum juga. Jadi kalau ada orang-orang yang misalnya tidak tahu menanyakan ke SS itu perlu kita jawab. Misalnya informasi tentang jalan tol kan suatu kewajiban yang harus dilaksanakan sesuai Undang-Undang Kepolisian Nomor 2 Tahun 2002. Disana ada salah satu pasal mengatakan 'kita wajib memberikan informasi'. Kemudian kecepatan, ketanggapan, kesegeraan kita untuk mereaksi merespon dari masyarakat. Masyarakat berhak atas informasi yang benar, dan bisa dipertanggung jawabkan. Manakala orang tanya situasi lalulintas kita wajib memberikan informasi karena itu sesuai ketentuan UU Kepolisian. Terus kedua *quick respon*, bagaimana kita memberikan tanggapan dengan interaktif, melihat respon terhadap keinginan-keinginan masyarakat itu.

Menurut Herry Sucahyo, interaktif di Radio Suara Surabaya juga bisa digunakan untuk menggagalkan tindak kriminalitas. Selama bertugas di PJR Tol, Herry sudah dua kali menangkap mobil curian di tol sesudah mendengar

Dengan jabatan publik yang disandang Arif sekarang, masyarakat selalu menyoroti karena berkaitan dengan uang rakyat yang ada dalam APBD Kota Surabaya.

Bagi pendengar lain yang bekerja di sektor pelayanan publik, interaktif merupakan bagian dari kehumasan untuk memberikan informasi yang berkaitan dengan institusi pelayanan publik. Sunarno yang menjadi humas PDAM Kota Surabaya mengaku, interaktif dengan Radio Suara Surabaya dilakukan untuk menjawab keluhan warga terutama yang bermasalah dengan air PDAM.

Keluhan pelanggan itu ternyata masing-masing sumber itu mempunyai dampak psikologis terhadap karyawan kami. Memang kami, bukannya mentang-mentang SS didulukan bukan itu. Tapi sumber data informasi itu menurut kami mempengaruhi psikologis kinerja teman-teman di PDAM. Seperti contoh, kami mendapatkan laporan dari SS, kenapa cepat ditanggapi? Itu karena si pendengar SS orangnya empatinya tinggi. Ada orang laporan kebocoran di titik A lewat tidak akan diam, ngomong lagi. Dari ngomong lagi itu sehingga kami sendiri memberi tahu ke temen-temen, ini ada laporan dari masyarakat mohon segera ditangani. Apakah itu dari SS maupun yang lain, punya dampak psikis. Mungkin A lapor, iya pak kami terima laporannya. Memang kami tidak bisa menjawab langsung kan, kami punya pekerjaan fisik ya... baru direspon malamnya. Lha nunggu malem itu sore ada orang lewat di titik yang sama, ada pengaduan lagi. Memang saya sering ngomong ke temen-temen, kalau ada orang laporan, pertama kedua ketiga sekolah-olah kan. wah PDAM dilapor kok *ndablek*. Kami sebagai humas memberikan suatu input ke manajemen, ini lho dampaknya. Memang kami tidak diskriminasi, kalau bisa cepat merespon kenapa tidak.

Sebagai institusi pelayanan publik, interaktif yang dilakukan Sunarno dengan Radio Suara Surabaya tidak hanya dilakukan kalau ada pelaporan dari masyarakat, tapi juga informasi yang sifatnya antisipatif. Sunarno berinteraktif dengan Radio Suara Surabaya untuk menyiarkan informasi layanan PDAM Kota Surabaya.

Seperti begini, kami punya pekerjaan perbaikan yang menyangkut pelayanan, perbaikan instalasi, yang kami agendakan. Kami harus ngomong ke masyarakat dulu lewat radio. Radio itu salah satu komunikasi paling cepat, memang masih ada kelemahan. Kelemahannya tidak semua mendengarkan radio itu, paling nggak kecepatan informasi di tanggap masyarakat, meskipun tidak secara global. Misalnya malam-malam ada pipa pecah, kami harus *on air* di situ, meskipun tidak ada laporan. Yang kedua kami punya tujuan, bahwa secara tidak langsung kami minta bantuan ke teman-teman penyiar atau mungkin *gate keeper* SS sehingga kami terbantu. Ada apa-apa sedikitpun kami umumkan, selama itu menyangkut gangguan pelayanan, atau program PDAM. Jadi bukan hanya bersifat pasif menunggu laporan.

Selain institusi PDAM, kepolisian juga memanfaatkan interaktif di Radio Suara Surabaya untuk merespon masyarakat. Herry Sucahyo yang menjabat Kepala PJR Tol Surabaya menyatakan, respon pada publik itu sudah menjadi bagian dari tugas.

Saya menelpon SS manakala saya denger hal-hal yang nggak bener tentang kelalulintasan. Orang yang perlu menanyakan sejejas-jejanya, saya perlu angkat bicara. Saya disini kan polisi lalulintas masyarakat, fungsi saya kan melayani juga masyarakat, memberikan pengayoman, melindungi selaku penegak hukum juga. Jadi kalau ada orang-orang yang misalnya tidak tahu menanyakan ke SS itu perlu kita jawab. Misalnya informasi tentang jalan tol kan suatu kewajiban yang harus dilaksanakan sesuai Undang-Undang Kepolisian Nomor 2 Tahun 2002. Disana ada salah satu pasal mengatakan 'kita wajib memberikan informasi'. Kemudian kecepatan, ketanggapan, kesegeraan kita untuk mereaksi merespon dari masyarakat. Masyarakat berhak atas informasi yang benar, dan bisa dipertanggung jawabkan. Manakala orang tanya situasi lalulintas kita wajib memberikan informasi karena itu sesuai ketentuan UU Kepolisian. Terus kedua *quick respon*, bagaimana kita memberikan tanggapan dengan interaktif, melihat respon terhadap keinginan-keinginan masyarakat itu.

Menurut Herry Sucahyo, interaktif di Radio Suara Surabaya juga bisa digunakan untuk menggagalkan tindak kriminalitas. Selama bertugas di PJR Tol, Herry sudah dua kali menangkap mobil curian di tol sesudah mendengar

korbannya melapor ke Radio Suara Surabaya. Polisi waktu itu juga dibantu pendengar lain yang menginformasikan bahwa mobil yang dicuri masuk ke jalan tol.

Kita pernah tangkap mobil hilang di Darmo dekat Alfa. Mobilnya masuk tol kita kejar-kejaran, waktu itu Mitsubishi Internal. Informasinya dari pendengar melalui SS. Kemudian kita mengambil langkah-langkah, kejar-kejaran terus kita nutup tol. Kita informasikan ke Polsek, Polsek sudah siap dan akhirnya ketangkap juga. Trus ada juga pencurian mobil berkedok penipuan arloji. Ada 6 orang pas hari Minggu. Langsung kita tangkap, beserta mobilnya dan barang buktinya. Yang penting informasi itu cepet, tapi kalau informasinya lambat ya susah.

Herry Sucahyo juga berinteraktif di Radio Suara Surabaya untuk kepentingan sosialisasi tentang keselamatan berkendara di jalan.

Interaktif di SS untuk memberikan penerangan kepada masyarakat luas, gimana sih tentang kelalulintasan ini, gimana tentang kejadian-kejadian yang ada ini. Jadi sarana informasi yang cepat, sehingga semua warga itu tahu. Sehingga kalau saya melakukan ini itu salah gak boleh. Contoh misalnya, di tol nyalip dari bahu jalan kan gak boleh, di awal-awalnya saya msuk sini kan gila-gilanya nyalip dari bahu jalan. Dengan adanya SS sangat membantu. Saya seringkali on air untuk mengingatkan, jangan lewat bahu jalan. Sekarang orang tahu, bahwa nyalip dari kiri itu salah. Dulunya orang gak tahu. SS juga saya gunakan untuk kampanye *safety belt*. Sebelum ada penindakan saya sampaikan melalui SS. Termasuk penerapan truk lajur kiri, karena kita konsentrasi masalah tertibnya jalur itu, kita agak kurang-kurang. Tapi SS bagus untuk saranya menyampaikan kepada public. Malam hari ada truk lampunya mati, dan sebagainya, pindah lajur, lampu isyarat, semua kita dengungkan lewat SS terus.

Dalam berinteraktif di Radio Suara Surabaya pendengar harus bertanggung jawabkan apa yang mereka sampaikan pada masyarakat melalui radio. Yoyong Burhanudin Manager Penyiaran Radio Suara Surabaya menyatakan, radio hanya menjadi fasilitator.

Interaktif artinya sebagai bentuk demokratisasi setiap orang bisa bicara, mengkritik persoalan apapun apa saja, tapi ingat bahwa

anda didengar orang banyak. Mereka juga siap memberikan *balancing* terhadap apa yang anda sampaikan. Pendengar tidak bisa hanya mengeluh saja, tapi harus siap dengan solusi. Itu menjadi salah satu pendidikan bagi publik, bahwa mereka berbicara di sebuah ranah publik. Ranah publik itu hak semua orang. Karena itu jangan sampai kita memanfaatkan hak itu dengan mengesampingkan kepentingan masyarakat yang lain. Karena statemen-statemen mereka dalam siaran itu didengar oleh orang lain, bisa saja ada orang yang tidak nyaman mendengarkan statemen pendengar yang tidak menarik, dia matikan radionya. Itu wajar-wajar saja mereka mematikan radio, sehingga tugas kita adalah bagaimana membuat pendengar-pendengar ini menyadari tentang bagaimana harusnya mereka bersikap melalui media. Itu juga menjadi PR kita ketika kita berkomunikasi dengan mereka, kita sampaikan bahwa apapun yang mereka sampaikan melalui SS pertanggung jawaban statemen ada pada mereka. SS itu hanya jalannya saja, mediana saja, kontennya mereka yang bertanggung jawab. Dan itu berarti mereka harus juga mengikuti regulasi SS misalnya soal alokasi waktu siaran, kemudian juga apakah dia akan ditunda atau tidak, atau dia di data saja, itu ada otoritas di SS untuk melakukan seleksi-seleksi seperti itu.

Konsep siaran Radio Suara Surabaya adalah *news - interaktif – solutif*. Ini berarti berita-berita yang disiarkan ditampilkan dengan konsep interaktif yang melibatkan pendengar. Dalam siarannya Radio Suara Surabaya tidak hanya mengungkapkan masalah tapi juga mengupayakan solusi. Menurut Yoyong Burhanudin Manager Penyiaran Radio Suara Surabaya, solusi yang diberikan kadang tidak bisa tuntas karena berbagai keterbatasan.

SS itu kan sebuah instrumen material, artinya dia tingkat mobilitasnya kan rendah. SS itu *stay* di studio tidak bisa di bawa kemana-mana kalau siaran, harus punya pemancar. Artinya yang mau saya katakan, SS itu punya keterbatasan di dalam menggerakkan sebuah potensi publik, sangat terbatas sekali. Ada orang komplain yang di komplain diam saja, itu kan hak mereka. Ada orang marah pada pelayanan tertentu mereka komplain ke SS. Katakanlah SS sudah berusaha untuk menghubungi narasumber itu, kalau mereka nggak mau jawab itu kan hak mereka. SS sudah punya aturan, jadi kalau mereka menyampaikan informasi pada SS, mengeluh pada SS, itu suatu yang sangat wajar tapi SS tidak pernah menjanjikan bahwa anda akan selalu mendapatkan sesuatu

yang diinginkan. Karena pasti harus ada jarak antara keinginan dan realisasi.

V.3.4.1.4. Pendengar Aktif *Mobile*

Kriteria pendengar aktif mobile adalah pendengar yang mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya dalam perjalanan dan berinteraktif dengan Radio Suara Surabaya untuk memberikan informasi maupun menyampaikan pendapatnya terhadap suatu masalah. Informasi yang disampaikan biasanya informasi lalu lintas atau memberikan opini yang terkait dengan masalah lalu lintas. Pendengar aktif mobile merasa perlu segera menyampaikan informasi pada saat itu juga karena informasi lalu lintas cepat sekali berubah. Kalau tidak disampaikan pada saat itu juga, informasi lalu lintas bisa berbeda dari sebelumnya. Karena itu, informasi itu harus segera disampaikan, tidak bisa ditunda.

Sukma Rachmadhani termasuk pendengar yang melakukan interaktif dengan Radio Suara Surabaya pada saat *mobile*. Biasanya Sukma Rachmadhani menyampaikan informasi lalu lintas untuk membantu pendengar lainnya yang melewati jalur yang sama.

Biasanya kalau interaktif *traffic report* misalnya kalau ada jalan yang macet atau yang pasti bisa di buat pertimbangan untuk pendengar yang lain. Kalau jalan nggak macet biasanya ya telepon juga. Kalau biasanya sudah ada yang melaporkan kalau nggak macet lancar, saya nggak telepon. Kalau di jalan lancar tapi belum ada yang laporan, aku yang laporan. Aku juga ikut interaktif kalau ada diskusi yang temanya mengena di aku, menarik buat aku, biasanya aku ikut.

Seperti halnya Sukma Rachmadhani, Rudi Gozali juga berinteraktif pada saat *mobile*. Tujuannya untuk membantu para pendengar lain yang juga melewati jalur yang sama seperti yang dilalui.

Kalau di Surabaya setiap kali naik mobil atau berkendara, naik motorpun saya pake *handphone*. kan *handphone* saya ada radionya. saya dengar SS. Biasanya saya telepon *traffic report* kalau jalanan masih lancar paling nggak bisa membantu yang lain.

Berbeda dengan Sukma Rachmadhani dan Rudy Gozali yang berinteraktif untuk menyampaikan informasi lalu lintas, responden Sri Utami berinteraktif pada saat *mobile* untuk menyampaikan pendapatnya tentang topik yang sedang dibahas dalam diskusi di Radio Suara Surabaya.

Saya yang pasti berangkat sama pulang itu selalu saya dengar SS. Kalau pas keliling ke lapangan saya buka *channel*, pasti ke SS nggak ke yang lain. Kalau ada topik menarik, saya ikut. Saya butuh penyaluran aspirasi. SS bisa menampung aspirasi saya dengan *on air* itu.

V.3.4.1.5. Pendengar Aktif Non Mobile

Pendengar aktif *non mobile* merupakan pendengar yang aktif berinteraksi dan menelepon pada saat tidak sedang dalam perjalanan. Kriteria pendengar aktif *non mobile* ini biasanya menelepon ke Radio Suara Surabaya untuk menyampaikan keluhan terhadap pelayanan publik maupun berpendapat tentang suatu masalah. Informasi yang disampaikan sifatnya informasi tunda yang tidak harus disampaikan pada waktu itu juga. Pendengar aktif *non mobile* juga berinteraktif untuk mengemukakan pendapatnya.

Iwan Kusmarwanto termasuk pendengar yang aktif menelepon ke Radio Suara Surabaya untuk ikut berdiskusi tentang topik yang sedang diperbincangkan.

Iwan Kusmarwanto biasanya ikut interaktif pada saat sedang di rumah atau di kantor.

Sebelum berangkat ke kantor, di rumah saya dengar SS. Saya suka ikut diskusinya tapi tergantung topiknya apa, kalau topiknya mengenai, masalah pendidikan misalnya, saya suka ikut nimbrung. Karena kita punya visi misi di situ tapi pendidikannya dibidang *engenering*.

Dengan jabatan sebagai pimpinan perusahaan, Iwan Kusmarwanto lebih banyak menghabiskan waktu di belakang meja dari pada dalam perjalanan. Siaran Radio Suara Surabaya menemani Iwan sambil bekerja di kantor maupun ketika di rumah sebelum berangkat ke kantor. Iwan Kusmarwanto termasuk pendengar yang menyukai diskusi dan berbagi pengetahuan dengan pendengar yang lain. Pengetahuan dan pengalaman yang didapatkan sering dibagi pada pendengar lainnya.

Sementara Nahariensih Hartoyik lebih banyak mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya di rumah. Radionya tetap berada di channel FM 100 hampir 24 jam setiap harinya. Menurut Nahariensih Hartoyik kalau di Radio Suara Surabaya sedang menyiarkan dialog kesehatan, dialog polisi atau dengan pejabat pemerintah, Nahariensih Hartoyik bergabung untuk bertanya, menyampaikan masalah maupun memberi pendapat.

Saya suka bergabung dialog tentang kesehatan, acara halo polisi. Terus kalau ada diskusi dengan pejabat pemerintahan, misalnya mbak Risma (Kepala Dinas Kebersihan dan Pertamanan Pemkot Surabaya) masuk, saya mau gabung. Saya ingin mengkritik mbak Risma, itu yang didepannya taman Bungkul ada bunga yang jelek masak seperti itu kualitasnya. Masalah makam dikampung-kampung itu siapa yang mengelola, orang kampung apa dinas pertamanan. Saya mau nyampaikan, disini ada makam yang nggak terawat dan mereka orang kampung itu narik karena yang dimakam bukan orang daerah sini bukan orang RW sini bayar Rp 1 juta. Saya itu pingin tanya sama Bu Risma.

Nahariensih Hartoyik juga berinteraktif dengan Radio Suara Surabaya untuk minta diputarkan lagu khususnya acara memorabilia yang tayang setiap hari Jum'at dan Minggu pukul 19.00 sampai 22.00 WIB.

Kalau interaktif saya pake telp rumah, misalnya acara memorabilia sama mas Iman (penyiar acara memorabilia). Kadang saya juga sms minta lagu apa. Itu cara favorit buat saya. Saya mesti *request* lagu-lagu yang lama-lama, ternyata ada.

Sebagai ibu rumah tangga, sehari-hari Nahariensih berada di rumah, meski sesekali ia keluar rumah untuk mengikuti berbagai kegiatan organisasinya. Selama di rumah, radia adalah teman Nahariensih menghabiskan waktunya.

V.3.4.2. Pendengar Hiperaktif

Definisi pendengar hiperaktif adalah pendengar yang sangat sering menelepon dan mengudara di Radio Suara Surabaya. Tipe pendengar ini hampir setiap jam menelepon menyampaikan informasi lalu lintas mapun berpendapat tentang segala sesuatu yang ditemui.

Seperti dikemukakan Sri Utami yang mengakatagorikan pendengar Radio Suara Surabaya menjadi tiga, yaitu pendengar aktif, hiperaktif dan pasif.

Saya mengartikan pendengar aktif itu ketika dari porposional, dalam arti ketika dia merasa kapasitasnya sesuai dengan yang dikomentari dia komentar, tapi ada juga pendengar kita yang hiperaktif menurut saya, apa yang dia nggak pahami teriak saja, *angger jeplak*. Jadi itu menurunkan kualitas pendengar itu sendiri, saya lihat kadang-kadang membuat orang *boring* dan pindah ke radio lain, karena yang di dengar orang-orang itu dan nggak kualitas ngomongnya. Ketika kita denger sesuatu yang kualitas, orang butuh informasi dari orang lain. Ada yang hiperaktif ada yang aktif. Kalau aktif menurut saya porposional, ketika dia merasa di situ perlu berkomentar dia akan berkomentar, kalau gak dia gak ngomong. Kalau pendengar pasif, dia setuju misalnya dia denger apa o... bener setuju tapi dia gak komentar.

Sri Utami berpendapat, pendengar aktif merupakan pendengar yang proporsional dalam berpendapat, menyampaikan solusi-solusi yang bisa diterima, dan Sri Utami memberi kesan positif pada pendengar aktif ini. Tapi penilaian negatif justru diberikan Sri Utami pada pendengar yang hiperaktif. Yaitu pendengar yang terlalu aktif menelepon dan memberikan komentar tapi tidak dalam kapasitasnya. Hal itu membuat komentar-komentar yang disampaikan di udara tidak solutif terhadap suatu masalah tapi sebaliknya terkesan membosankan dan justru menurunkan kualitas diri sebagai pendengar.

Pendefinisian pendengar hiperaktif menurut Sri Utami, terjadi *oppositional decoding* dengan Yoyong Burhanudin Manager Penyiaran Radio Suara Surabaya. Jika Sri Utami memaknai pendengar hiperaktif itu negatif, maka pihak Radio Suara Surabaya sendiri menilai pendengar hiperaktif itu positif karena bisa menarik pendengar lain untuk menelepon Radio Suara Surabaya. Pendengar hiperaktif itu justru menjadi aset bagi Radio Suara Surabaya.

Ada pendengar yang sehari bisa telepon sampai 12 kali ke SS. Kita melihat orang-orang seperti ini, mereka inilah aset-aset terbesar kita. Kenapa kok begitu? Karena mereka menciptakan pola *snowball*, justru orang-orang ini yang memancing orang-orang lain mendengarkan kita. Orang-orang ini yang kemudian menginspirasi orang lain mereka juga bisa telepon ternyata. Justru orang-orang ini memiliki peran yang sangat besar. Kebetulan di satu sisi diskusi-diskusi di SS itu sesuatu yang sifatnya bisa terbuka untuk semua orang, misalnya jalan macet, siapa yang nggak bisa ngomentari jalan macet, saya pengen bisa kasih usulan tentang jalan macet itu supaya lebih baik, semua orang bisa dari satu sisi itu. Bahkan ada diskusi hal-hal yang teknis, ternyata banyak pendengar SS yang pintar-pintar, jadi di satu sisi karena pola informasi interaktif di SS itu yang sangat terbuka, yang kedua karena pendengar-pendengar SS itu orang-orang yang pintar-pinter. Jadi orang yang berkali-kali sejam lebih dari sekali, ada. Ada juga orang-orang biasa tapi tadi itu ketika dia masuk, karena pendekatannya sangat terbuka, mereka misalnya melihat sesuatu yang dari persoalan ini. aku nggak tahu tekniknya, kalau gitu aku yang ngomong sosialnya, bisa juga seperti itu dalam komunikasi

kalau orang yang pintar bisa mikir begitu itu. Saya nggak ngerti masalah pertanian misalnya, tapi kan nada aspek sosialnya di pertanian itu, boleh berarti saya bicara. Jadi ini *oportunity* bagi semua orang tapi itulah harga dari sebuah demokrasi. Orang tidak dilihat dari kepintarannya, tapi orang dilihat dari partisipasinya pada perannya di publik, peran-peran inilah yang diambil oleh orang-orang ini. Meskipun kalau mau *fair* mereka merugi karena mengeluarkan biaya pulsa dalam komunikasi ini.

V.3.4.3. Pendengar Pasif

Pendengar radio Suara Surabaya mempunyai definisi tersendiri tentang pendengar pasif. Hendra Prasetyo menyebut pendengar pasif adalah pendengar hanya mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya tapi tidak pernah mengontak untuk memberikan informasi. Menurut Hendra Prasetyo, pendengar pasif semacam ini termasuk pelit informasi dan egois.

Pendengar pasif kalau menurut saya mereka yang hanya pecinta SS, mendengarkan saja tapi pelit karena tidak mau memberikan informasi buat yang lain. Menurut saya itu egois, beliau ingin di cnakkan tapi nggak mau membagi, padahal beliau lewat di suatu ada permasalahan, misalnya ada lubang besar sekali malam hari akhirnya orang lain bisa jatuh tapi kalau mereka memberikan informasi, karena ada informasi dari pendengar pasif itu orang lain tidak akan celaka. Menurut saya pendengar pasif kadang-kadang pendengar yang pelit, seharusnya mereka tidak boleh pelit. Mereka perlu informasi jangan hanya menerima mereka harus memberikan lebih baik kalau kita bisa memberi. Memang kita lihat memberikan informasi kelihatannya tidak berguna bagi orang yang tidak lewat di daerah itu, tapi bagi orang yang lewat sangat berarti. Misalkan ada kemacetan di daerah Tunjungan padahal ada orang mau melahirkan mau lewat tunjungan. Kalau ada macet saya cari jalan alternatif tapi karena tidak adanya orang memberi informasi itu akhirnya orang terjebak dan bisa melahirkan di mobil. Itu saya anggap pendengar yang pelit. Kita saling membutuhkan saling memerlukan, jadi menurut saya jangan jadi pendengar yang pasif semua jadi pendengar aktif, ya meskipun tidak seaktif kita tapi minimal kalau ada sesuatu berikan informasi entah melalui sms, entah melalui *gate keeper*, bisa ditindak lanjuti, kalau saya bilang itu pahala berkat buat kita. Jadi jauh lebih baik dari pada kita pasif.

Menurut Hendra Prasetyo, informasi apapun sangat bermanfaat untuk orang lain. Sehingga perlu disampaikan melalui Radio Suara Surabaya supaya pendengar lainnya bisa mengambil sikap antisipatif. Pendengar pasif bisa merugikan pendengar lainnya, karena informasi yang tidak diungkapkan, sehingga bagi pendengar lainnya tidak melakukan upaya antisipatif terhadap suatu hal yang mungkin ditemui suatu saat nanti. Berdasarkan alasan itu Hendra Prasetyo menilai, pendengar pasif mempunyai sikap egois dan pelit informasi

Sedangkan pendengar pasif menurut Herry Suchahyo, bukanlah orang yang peka terhadap masalah di sekitarnya, karena itu pendengar pasif tidak menyampaikan informasi maupun pendapatnya pada Radio Suara Surabaya.

Kalau pendengar aktif dia selalu melihat apa yang terjadi di depan mata katanya nggak sesuai, nggak sinkron dengan keadaan yang sekarang, maksudnya transparansi itu bagus. Ya mungkin pendengar pasif itu di satu sisi mungkin dia menghemat pulsa barangkali, yang kedua mungkin dia muter SS kalau ada kepentingan aja misalnya, bepergian jauh dan sebagainya.

Pendengar pasif menurut Herry Suchahyo tidak selalu mendengarkan Radio Suara Surabaya. Pendengar pasif hanya mendengarkan Radio Suara Surabaya ketika membutuhkan informasinya. Sementara pendengar aktif adalah pendengar yang selalu *stay tune* mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya dan menelepon untuk memberikan informasi dan pendapatnya.

Menurut Yoyong Burhanudin Manager Penyiaran Radio Suara Surabaya, pendengar pasif adalah pendengar yang tidak pernah menelepon ke Radio Suara Surabaya untuk menyampaikan kabar, informasi maupun opini. Pendengar pasif ini

disebut juga dengan *silent audience*. Jumlahnya diperkirakan lebih besar dari jumlah pendengar aktif¹⁶¹.

Pendengar pasif itu dia nggak pernah telepon, tiba-tiba suatu saat dia telepon mengatakan bahwa dia selama ini mendengarkan SS. *Silent audience* seperti ini jumlahnya kita yakin lebih besar di banding yang aktif di SS. Bisa dibayangkan yang nggak *on air* di SS 85%, jadi hanya 15% yang *on air* kalau SS dilihat rame penelponnya, itu hanya 15% sampai 16% saja, karena yang lainnya itu gagal panggil masuk di SS. Anda bisa bayangkan orang yang tampil di SS itu pasti tidak mewakili semua orang, tapi hanya sebagian saja.

Ada pemaknaan yang sama dalam pendefinisian pendengar pasif. Komunikator dalam hal ini Manager Penyiaran Radio Suara Surabaya menyatakan, pendengar pasif adalah pendengar yang tidak pernah menghubungi Radio Suara Surabaya, hanya mendengarkan saja. Pendengar pun memaknai dengan definisi yang sama. Dalam konsep Stuart Hall, hal ini dinamakan *dominant reading*. Dimana antara penerima pesan yaitu pendengar mempunyai pemaknaan yang sama dengan produsen pesan dalam hal ini Radio Suara Surabaya.

V.3.4.3.1. Pendengar Pasif Permanen

Pendengar pasif permanen adalah pendengar yang hanya mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya dan sama sekali tidak pernah menghubungi Radio Suara Surabaya baik melalui telepon maupun SMS untuk menyampaikan informasi maupun berpendapat.

¹⁶¹ Wawancara dengan Yoyong Burhanudin Manager Penyiaran Radio Suara Surabaya tanggal 17 Juli 2006

Mengapa menjadi pendengar pasif? Bambang Wahyono merupakan salah satu pendengar pasif permanen. Meski sudah mendengarkan Radio Suara Surabaya selama enam tahun, tidak pernah sekali pun Bambang Wahyono menghubungi Radio Suara Surabaya. Bambang Wahyono yang mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya hanya ketika dalam perjalanan berangkat dan pulang kantor, ber alasan tidak bisa membagi konsentrasi mengemudi dengan menelepon ke Radio Suara Surabaya, karena itu Bambang Wahyono memilih menjadi pendengar pasif permanen.

Ya karena perjalanan saya dari rumah ke kantor paling cuma setengah jam. Dalam perjalanan dan saya kurang PD (Percaya Diri) saat mengemudi disambi telepon. Saya takut kalau terjadi sesuatu karena hal itu kurang waspada kalau membagi konsentrasi di jalan sambil bicara saya kurang pas.

Menurut Bambang Wahyono, pendengar Radio Suara Surabaya lainnya sudah banyak yang memberikan informasi. Para pendengar pun bisa saling *mengcounter* pendapat satu dengan yang lain. Sehingga Bambang Wahyono merasa tidak perlu menambahi berbagai pendapat yang sudah diutarakan pendengar lainnya.

Pendengar SS kan banyak. Saya masih berpikir, kan sudah ada pendengar lain. Mereka biasanya dengan mudah masuk ke SS. Mereka langsung *mengcounter* pendapat yang saya anggap nggak pas, tapi saya belum bisa berpendapat langsung ke SS.

Minanik juga termasuk pendengar pasif. Selama enam tahun menjadi pendengar Radio Suara Surabaya, Minanik belum pernah sekali pun menghubungi Radio Suara Surabaya.

Iya lebih senang mendengarkan ya. Nggak tahu ya pokoknya gak tahu. Kalau telepon-telepon enggak. Lebih enak mendengarkan.

Minanik memang tidak pernah menghubungi Radio Suara Surabaya melalui telepon maupun SMS, tapi jika ada masalah yang menyangkut pelayanan publik, Minanik lebih senang menyampaikan pada penyiarinya langsung yang kebetulan tetangganya.

Mbak Wis (Wismanti, penyiar Radio Suara Surabaya) biasanya ke rumah. Kalau mbak Wis ke sini, ya bilang masalahnya.

Menurut Minanik, dengan menyampaikan suatu masalah pada salah satu penyiar Radio Suara Surabaya, masalah yang dialami Minanik bisa terselesaikan. Untuk itu Minanik merasa tidak perlu berinteraktif di Radio Suara Surabaya.

Arif Afandi juga tipe pendengar pasif. Dengan jabatannya, Arif Afandi mengaku tidak bisa membagi waktu untuk berinteraktif merespon setiap laporan pendengar Radio Suara Surabaya. Arif Afandi memilih mendengarkan semua masukan pendengar, baru kemudian memerintahkan aparatnya untuk menanggapi laporan-laporan dari masyarakat.

Saya biasanya menggunakan surat-surat khusus yang memang sudah ada untuk melakukan klarifikasi, jadi tidak harus langsung begitu. Itu soal ritme, kesibukan aja. Jadi pada saat saya mendengarkan, saya tidak langsung saya scrap dulu. Kadang-kadang saya cek dulu apakah betul apa tidak. Kalau itu betul, saya akan menindak lanjuti, bagaimana meluruskan itu sesuai dengan harapan masyarakat. Kalau tidak betul ya baru pada sistem tertentu kita untuk menanggapi.

Arif Afandi tidak pro aktif menghubungi Radio Suara Surabaya tapi sebaliknya Radio Suara Surabaya yang menghubungi Arif untuk menjadi nara sumber, menjawab permasalahan yang dibicarakan di Radio Suara Surabaya. Ini karena jabatan Arif Afandi sebagai Wakil Walikota sangat strategis untuk menjawab masalah yang berkaitan dengan berbagai kebijakan Pemkot Surabaya.

Arif termasuk pejabat publik yang ramah pada media dan mudah dihubungi untuk dimintai konfirmasi. Itu karena Arif mantan redaktur Jawa Pos yang notabene orang media dan mengerti bagaimana media membutuhkan informasi dari nara sumber pejabat publik.

V.3.4.3.1. Pendengar Pasif Non Permanen

Pendengar aktif kadang juga bisa menjadi pendengar pasif. Pendengar dikatakan aktif ketika berinteraktif dengan Radio Suara Surabaya melalui telepon dan SMS. Tapi ketika pendengar hanya mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya tanpa berniat berinteraktif, pendengar itu dikategorikan pendengar pasif non permanen.

Sri Utami menjadi pendengar pasif ketika topik diskusi yang ada di Radio Suara Surabaya tidak menarik. Sri Utami memilih mendengarkan saja. Tapi jika topiknya menarik, Sri Utami menghubungi Radio Suara Surabaya untuk ikut bergabung.

Saya nggak mau bicara tentang topik yang saya nggak tertarik. Saya hanya naik *on air* pasti ketika saya merasa itu menarik buat saya. Kalau nggak ya.. saya diam aja.

Sama dengan Sri Utami, Sukma Rachmadhani juga memilih menjadi pendengar pasif ketika tidak mempunyai *background information* tentang topik diskusi yang sedang dibicarakan di Radio Suara Surabaya

Menarik itu sesuai temanya. Kalau misalnya yang diangkat itu tentang pemerintahan yang aku sama sekali nggak tahu, ya aku biasanya jadi pendengar aja. Aku dengerin aja bagaimana beliau-beliau yang tahu masalah itu berbicara. Tapi kalau aku tahu topiknya, misalnya tentang perkuliahan atau tentang anak muda atau tentang sikap anak muda sekarang tentang pergaulan bebas,

pokoknya yang aku tahu. Selama aku tahu dan ada yang ingin aku omongin ya aku telepon SS.

Pendengar lainnya, seperti Ahmad Jabir termasuk yang selektif memilih topik diskusi. Ahmad Jabir hanya mau bergabung dalam diskusi jika topik diskusi itu relevan dengan kompetensinya. Jika tidak relevan, Ahmad Jabir memilih mendengarkan saja.

Saya akan memilih-milih topik kasusnya misalnya hampir setiap diantara jam 11-13.00. Saya mendengarkan tapi tidak sering saya muncul juga bergabung berpendapat di situ kecuali kalau memang topiknya relevan. Kalau saya masuk terus, orang kan bisa bosan, *opo ae Jabir iki sembarang di komentari.*

Ahmad Jabir tipe orang yang tidak ingin sembarangan memberi pendapat. Ini juga menyangkut kredibilitasnya sebagai anggota legislatif DPRD Surabaya. Bicara di media menunjukkan integritas pembicaraannya. Karena itu Ahmad Jabir memilih untuk berhati-hati dalam menyampaikan pendapatnya di radio.

Selektif memilih topik tertentu untuk berinteraktif juga menjadi alasan Dian Setiawan. Dian menjadi pendengar aktif manakala topik yang didiskusikan menarik. Karena itu Dian Setiawan selalu mendengarkan dialog IT dan berinteraktif di acara itu. Diluar topik tentang IT, Dian Setiawan hanya menjadi pendengar.

Aku memang jarang gabung interaktif, tapi setiap hari aku dengerin. Tapi kalau Sabtu mesti gabung, pasti telepon. Ada sesuatu yang menurut aku orang lain harus tahu, jadi aku ngasih tahu. Biasalah orang gabung ngasih saran. Di dialog IT, aku sering tanya problem IT.

Dian Setiawan hanya berinteraktif dengan Radio Suarabaya pada acara Dialog IT. Ini sesuai dengan pengetahuan yang dimiliki di bidang IT. Dian

menguasai bidang IT dan ingin lebih memperdalam pengetahuannya di bidang IT. Karena itu ia banyak bertanya pada nara sumber Dialog IT dengan berinteraktif di Radio Suara Surabaya.

Khalayak pendengar aktif dan pasif dalam interaktifitas di Radio Suara Surabaya merupakan dimensi baru dalam definisi khalayak aktif dan pasif. Dalam konsep sederhana, khalayak aktif dan pasif diidentifikasi dalam kegiatan interaktif yang dilakukan khalayak terhadap radio. Khalayak yang selama ini hanya menjadi obyek terpaan isi media, dalam konteks ini khalayak mempunyai kekuatan dalam mempengaruhi isi media. Khalayak tidak hanya mendengar tapi juga aktif berbicara, menyampaikan informasi dan pendapatnya. Bahkan tak jarang khalayak turut menentukan topik pembicaraan dalam bahasan siaran *news* interaktif radio.

Selama ini khalayak aktif dan pasif diidentifikasi sebagai keaktifan dan kepasifan dalam memaknai pesan. Dalam teori khalayak McQuail misalnya khalayak aktif diartikan sebagai khalayak yang dapat melukiskan pengalaman media mereka dalam artian fungsional untuk memecahkan masalah atau memenuhi kebutuhan¹⁶². Sedangkan konsep khalayak pasif karena khalayak dianggap tidak mampu melakukan aksi kolektif, dimana kelompok sosial lainnya mampu memberikan pemaknaan untuk mencapai suatu tujuan dan mengambil bagian dalam aktivitas pemaknaan media.

Konsep pendengar aktif dalam tipologi ini berbeda dengan teori Frank Biocca yang mengungkapkan tentang perdebatan khalayak aktif versus khalayak

¹⁶² Denis McQuail, Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar, op.cit., h. 217-218

pasif¹⁶³. Biocca mendefinisikan khalayak aktif memiliki ciri-ciri selektif, utilitarianisme, intensionalitas, ikut serta dalam menghadapi pengaruh media. Demikian pula dengan teori Stuart Hall yang mengartikan tipe khalayak aktif berdasarkan pemaknaan yang dimiliki komunikator dan komunikan terhadap suatu pesan. Perbedaan konsep ini karena pendengar aktif maupun pasif dalam tipologi ini didasarkan cara pendengar berinteraktif dengan Radio Suara Surabaya.

Robert E. Bales dari Universitas Harvard mengembangkan sistem katagori untuk menganalisis tindak komunikasi yang dikenal dengan *Interaction Process Analysis* (IPA). Kesimpulan penelitian Bales, frekuensi dalam kegiatan interaktif akan menentukan tingkat kepuasan dan produktivitasnya dalam mencapai tujuan¹⁶⁴. Dari pola interaktif pendengar Radio Suara Surabaya mengacu sistem katagori Bales menunjukkan semakin tinggi intensitas interaktif pendengar dengan Radio Suara Surabaya maka semakin tinggi pula tingkat kepuasannya. Hal ini terjadi pada pendengar aktif yang melakukan interaksi dengan Radio Suara Surabaya. Dampaknya akan berpengaruh terhadap intensitas mendengarkan dan berinteraksi dengan Radio Suara Surabaya. Konsep ini tidak berlaku untuk pendengar pasif Radio Suara Surabaya. Dalam penelitian ini menunjukkan, pendengar pasif yang tidak pernah berinteraktif dengan Radio Suara Surabaya sekali pun tidak menurunkan intensitas mereka mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya. Artinya, bagi pendengar pasif Radio Suara Surabaya tingkat kepuasan tidak terukur dari intensitas berinteraktif dengan Radio Suara Surabaya tapi lebih

¹⁶³ Fajar Junaedi, Khalayak Aktif versus Khalayak Pasif, <http://www.sosiologikomunikasi.blogspot.com/>, diakses 19 April 2006

¹⁶⁴ Jalaluddin rakhmat, op.cit., h. 171

pada intensitas mendengarkan itu sendiri yang mengarahkan pada tingkat kepuasan.

V.3.5. Pendengar Loyal

Pendengar loyal adalah pendengar yang setia mendengarkan Radio Suara Surabaya ketika dalam perjalanan, tidak dalam perjalanan, dan aktif menelepon ke Radio Suara Surabaya. Bentuk loyalitas yang diberikan pendengar pada Radio Suara Surabaya terutama dalam hal waktu mendengarkan yang lama dalam setiap kesempatan dan dalam hal biaya karena pendengar rela mengeluarkan biaya untuk menelepon ke Radio Suara Surabaya.

Berinteraktif di Radio Suara Surabaya tidaklah gratis karena ada biaya pulsa yang harus dikeluarkan pendengar. Bagi Sukma Rachmadhani awalnya itu menjadi masalah, tapi ketika lebih sering berinteraktif biaya untuk pulsa bukan lagi menjadi masalah karena ada kepuasan yang tidak bisa terbayar sesudah berinteraktif dengan Radio Suara Surabaya.

Memang ya dulu sebelum saya aktif di SS, aku masih menjadi pendengar pasif. Kadang kita ngomel juga sama orang yang masuk kok orang itu-itu aja, ngapain ngomong di SS habis-habisin pulsa kadang kita ngomel. Tapi setelah kita jadi pendengar aktif rasa aman untuk telepon ke SS bener-bener nol, nggak ada. Rasanya pulsa yang kita keluarkan itu nggak ada apa-apanya dengan apa yang kita dapatkan, itu bener-bener masuk di kita. Apa yang kita dapatkan dari SS itu jauh lebih berharga di banding pulsa yang kita ke luarkan.

Untuk menyampaikan pendapat, pendengar harus membayar pulsa teleponnya. Handra Prasetyo mengatakan, besaran pulsa yang dikeluarkan untuk Radio Suara Surabaya sangat bergantung pada intensitas berinteraktif. Rata-rata

tiap bulan Handra Prasetyo mengeluarkan anggaran sampai jutaan rupiah, meski sekarang mulai berkurang.

Untuk SS bisa di atas satu juta. Memang kadang-kadang orang berpikir seperti orang gila kita ini. Buat saya suatu kepuasan tersendiri apabila apa yang kita harapkan itu ada perwujudan, jadi memang ada biaya yang harus keluar, nggak akan ada suatu perjuangan tanpa harus mengeluarkan biaya. Saya pengen menerima perbaikan kota, bukan saya pribadi ya semua juga ingin menikmati, saya juga ingin menikmati.

Untuk berinteraktif dengan Radio Suara Surabaya Ahmad Jabir menyadari ada yang harus dikorbankan, yaitu biaya pulsa telepon.

Ya tentunya tujuan-tujuan tadi itu semuanya membutuhkan *cost* ketika kita ingin mendapatkan tujuan tadi, meluruskan pendapat harus ada *cost*. Kalau kita mau mendatangi ustadnya atau orangnya belum tentu efektif kan dan belum tentu di dengar oleh yang lainnya dan menjadi pembanding pemikirannya dia pada saat itu. Saat itulah telepon justru efektif. Sehingga biaya lebih murah apalagi kalau pakai pulsa lokal.

Soetojo Soekomihardjo Direktur Utama Radio Suara Surabaya memberi catatan, pendengar loyal adalah mereka yang bersuara di radio untuk kepentingan publik, bukan kepentingan pribadinya. Bukan suatu hal yang tidak mungkin, orang memanfaatkan media untuk kepentingan pribadinya. Pendengar loyal tidaklah demikian. Pendengar loyal memberikan waktunya dan biaya untuk berinteraksi dengan Radio Suara Surabaya untuk kepentingan yang lebih besar, yaitu kepentingan masyarakat.

V.3.6. Motif Pendengar Radio Suara Surabaya

Khalayak menggunakan media karena motif-motif tertentu. Motif merupakan dorongan khalayak untuk menggunakan media. McQuail menyatakan,

penyebab penggunaan media terletak dalam lingkungan sosial atau psikologis yang dirasakan sebagai masalah dan media digunakan untuk menanggulangi masalah itu (pemuasan kebutuhan)¹⁶⁵. Dalam teori fungsional menguraikan pembahasan motivasi anggota khalayak, penggunaan dan kepuasannya terhadap media. Ini merupakan pemecahan alamiah bagi kebutuhan komunikasi khalayak dengan asumsi apa yang diperoleh khalayak adalah apa yang dibutuhkannya.

Pendengar Radio Suara Surabaya mempunyai berbagai motif dalam menggunakan siaran Radio Suara Surabaya. Motivasi itu menjadi dasar kebutuhan mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya. Pembagian tipologi khalayak pendengar ini didasarkan pada motif eksistensi diri, mencari informasi, penyaluran aspirasi dan motif memberi respon.

V.3.6.1. Motif Eksistensi Diri

Pendengar menggunakan siaran Radio Suara Surabaya untuk menunjukkan eksistensi dirinya bahwa mereka menjadi bagian dari Radio Suara Surabaya. Pendengar tipe ini berharap pendengar lain mengetahui keberadaannya meskipun secara geografis mereka jauh dari Surabaya atau motif pendengar yang ingin menunjukkan eksistensinya sebagai pendengar muda diantara pendengar lain yang kebanyakan dari kalangan orang tua.

Rudy Gozali menggunakan Radio Suara Surabaya untuk menunjukkan eksistensinya sebagai pendengar yang berada jauh dari Surabaya. Rudy Gozali yang menetap di Samarinda Kalimantan Timur ingin menunjukkan pada pendengar lainnya, bahwa meski ia jauh dari Surabaya tapi tetap setia

¹⁶⁵ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, op.cit., h. 217

mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya dengan internet. Rudy Gozali juga menggunakan Radio Suara Surabaya sebagai jembatan komunikasinya dengan teman dan keluarga yang ada di Jawa Timur.

Kepuasan saya dapatkan ketika dengar SS. Saya suka telepon SS ingin memberi sesuatu kepada orang lain. Berita-berita atau kondisi kabar saya atau mungkin saya menganggap SS sebagai kayak keluarga sendiri. Pendengar SS saya anggap sebagai teman saya sendiri. Jadi saya ingin menyapa teman-teman di SS bahwa saya baik-baik aja, saya harap anda juga baik-baik juga. Ya secara nggak langsung saya mau tunjukin, SS itu nggak hanya didengar di Surabaya saja. Dimana aja bisa. Di Samarinda, mau dimana juga bisa.

Secara geografis, tempat tinggal Rudy Gozali yang ada di Samarinda Kalimantan Timur jauh dari Surabaya. Berjauhan tempat bukan menjadi penghalang untuk bisa tetap mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya dan ikut berinteraktif dalam siaran itu. Keinginan Rudy Gozali berinteraktif dengan Radio Suara Surabaya untuk sekedar menyapa pendengar di Surabaya, menjadi kepuasan tersendiri.

Dalam pengalamannya sebagai pendengar Radio Suara Surabaya, posisi Rudy Gozali yang berada di Samarinda Kalimantan Timur juga dimanfaatkan Radio Suara Surabaya untuk menginformasikan kondisi di Samarinda terutama jika ada kejadian-kejadian yang membutuhkan informasi langsung dari orang yang berada di lokasi kejadian.

Yang betu-betu istimewa saya rasakan waktu ada orang SS telepon saya. Saya nggak nyangka. Waktu itu kecelakaan pesawat di Samarinda, saya belum tahu tapi SS sudah tahu. Saya ngomong, 'wah ini hebat sekali, kok saya belum tahu padahal itu di daerah saya tapi SS sudah tahu.' SS telp saya, minta dicarikan informasi kecelakaan pesawat di Samarinda. Ya saya carikan informasinya terus saya laporkan ke SS.

Dalam pengalaman tersebut, Rudy Gozali merasa, keberadaannya di Samarinda Kalimantan Timur juga dibutuhkan oleh Radio Suara Surabaya. Melalui berita yang dikabarkan Rudy Gozali tentang kecelakaan pesawat membuat pendengar lain mengetahui informasi tersebut sekaligus mengetahui keberadaan Rudy yang berada di Samarinda Kalimantan Timur.

Motif eksistensi diri juga digunakan Sukma Rachmadhani untuk menggunakan siaran Radio Suara Surabaya. Sebagai pendengar muda, Sukma ingin menggunakan Radio Suara Surabaya sebagai media untuk menunjukkan eksistensinya di antara pendengar lain yang rata-rata sudah 'berumur'. Hal ini sekaligus menjadi jawaban atas ketidakpuasan Sukma Rachmadhani pada radio-radio yang mengambil segmen anak muda tapi tidak menampilkan diskusi yang berbobot.

Selama ini kayaknya SS hanya didengar bapak-bapak, padahal ada juga anak muda yang mendengarkan. SS itu juga dibutuhin anak muda.

Image Radio Suara Surabaya sebagai radio 'milik' orang tua ingin diubah oleh Sukma Rachmadhani bahwa ada orang muda yang juga menjadi pendengar Radio Suara Surabaya. Sukma semakin terwakili ketika ada Dialog Perspektif Orang Muda di Radio Suara Surabaya. Dengan acara itu, Sukma merasa tertampung aspirasinya sebagai orang muda untuk menyampaikan pendapatnya.

V.3.6.2. Motif Mencari Informasi

Pendengar menggunakan siaran Radio Suara Surabaya untuk mencari informasi. Hal ini sesuai dengan fungsi radio sebagai bagian dari media massa yang menyediakan informasi untuk pendengarnya.

Dian Setiawan menggunakan siaran Radio Suara Surabaya untuk mendapatkan berbagai informasi, diantaranya lalu lintas dan *Information Technology* (IT).

Saya mendengarkan SS karena butuh beritanya. Informasi lalu lintas riil langsung dari lapangan karena dilaporkan pendengar yang lewat. Kalau informasi IT, itu untuk menambah pengetahuan selain karena memang aku suka IT.

Dian Setiawan menggunakan radio sebagai salah satu referensi untuk memperdalam pengetahuannya tentang IT. Selama ini Dian Setiawan merasa kurang pengetahuan tentang IT. Dian Setiawan merasa perlu menambahnya secara mudah dan murah dengan mendengarkan Radio Suara Surabaya

Bambang Wahyono menggunakan Radio Suara Surabaya untuk mencari informasi yang diperlukan dan menambah wawasan melalui berbagai diskusi yang disiarkan, mulai masalah pendidikan, kesehatan, lingkungan, maupun masalah manajemen yang ia butuhkan sebagai referensi yang bisa diterapkan.

Intinya sih ingin cari informasi di jalan bagaimana disebelah sana ada kemacetan dimana. Lainnya saya dengarkan SS untuk menambah wawasan.

Motif mencari informasi yang dibutuhkan Bambang Wahyono terpenuhi dengan mendengar Radio Suara Surabaya. Informasi utama yang dibutuhkan Bambang adalah lalu lintas. Informasi lain seperti masalah pendidikan juga menarik bagi Bambang Wahyono, karena ia juga seorang wali murid yang perlu mengikuti terus perkembangan dinamika dunia pendidikan di Indonesia. Selain itu, Bambang Wahyono mempunyai istri seorang guru yang mengajar Kimia dan Wakil Kepala Sekolah bidang hubungan masyarakat di SMA Negeri 9 Surabaya. Masalah kesehatan juga menjadi motif Bambang Wahyono untuk mencari

informasi di Radio Suara Surabaya. Informasi kesehatan dibutuhkan Bambang supaya kondisi tubuh tetap baik.

Pendengar lainnya, Minanik menggunakan Radio Suara Surabaya sebagai media untuk mendapatkan berbagai informasi. Radio Suara Surabaya bisa mewakili mata dan telinganya untuk mengetahui hal-hal yang terjadi di luar rumah.

Kan SS menyenangkan. Nanti kalau mau pergi kemana dengar lalu lintasnya gimana. Ada pembunuhan kan bisa mendengarkan di SS. Saya senang ada informasi kesehatan.

Karena Minanik seorang ibu rumah tangga, ia jarang keluar rumah.

Waktunya lebih banyak untuk kegiatan domestik kerumahtanggaan. Meski jarang keluar rumah, Minanik tidak ingin ketinggalan informasi di luar. Karena itu Minanik selalu mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya.

Ahmad Jabir menggunakan Radio Suara Surabaya untuk mendapatkan masukan dari masyarakat terkait tugas dan fungsinya sebagai wakil rakyat. Masukan dari masyarakat yang didengar di Radio Suara Surabaya akan ditindaklanjuti di internal legislatif maupun partai.

Ya jadi pertama itu terkait dengan apa yang terjadi di bincangkan di radio itu pertama kita anggap sebagai informasi sehingga apapun informasi itu akan menjadi penting bagi kita kalau paradigma kita terhadap informasi itu tidak salah jadi *input* itu menjadi sampah kalau prosesnya sampah sehingga tergantung kita informasi itu sebagai apa, ketika kita mendapat informasi itu ada banyak hal informasi ini kita kembangkan sebagaimana kita punya hubungannya dengan tugas di dewan atau informasi ini di luruskan jadi tergantung itunya sehingga ketika saya masuk menanggapi informasi yang disampaikan siapapun di radio-radio itu selalu saya melihat ini perlu diluruskan atau ini perlu dikembangkan sehingga masuknya saya juga dalam beberapa hal berbeda-beda.

Motif mencari informasi ini dikategorikan William J. McGuire sebagai motif atribusi yang memandang individu sebagai psikolog amatir yang mencoba

memahami sebab-sebab yang terjadi pada berbagai peristiwa yang dihadapi. Atribusi mencoba menemukan apa penyebab apa atau apa yang mendorong siapa melakukan apa¹⁶⁶.

V.3.6.3. Motif Menyalurkan Pendapat

Motif menyalurkan pendapat merupakan motif pendengar yang menggunakan siaran Radio Suara Surabaya untuk berinteraktif guna menyalurkan pendapatnya tentang suatu masalah tertentu.

Aloysius Damatubun menggunakan Radio Suara Surabaya sebagai media untuk mengkritik kinerja pemerintah. Meski tidak mendapat tanggapan dari institusi yang dikritik, bagi Aloysius Damatubun bukan masalah, asalkan masyarakat sudah mengetahui problem yang disampaikan.

Yang membuat saya selalu ingin mendengarkan SS, kita dengan leluasa bisa mengungkapkan apa yang kita lihat. Menurut kacamata kami, pelayanan dari pemerintah pada waktu itu di Jatim, waktu itu bisa kita ungkapkan. Kita berani mengungkapkan sesuatu yang belum kita ungkapkan.

Sedangkan Hendra Prasetyo menggunakan Radio Suara Surabaya untuk berkomunikasi dengan pemerintah Kota Surabaya, polisi, maupun institusi pelayanan publik lainnya.

Kalau saya tujuan saya, di SS itu saya itu menggunakan SS sebagai media untuk saya berkomunikasi. Bagaimana saya itu bisa memberikan masukan bagi kota ini atau sesuatu yang kurang baik yang saya lihat supaya ada tindak lanjut. Setelah itu sudah, buat saya gak ada terlintas di dalam benak saya, saya ingin eksis di SS agar orang tahu saya siapa, tidak. Tapi saya kecintaan pada kota ini dan SS itu salah satu media yang sering saya gunakan, karena media ini banyak didengar oleh aparat pemerintah.

¹⁶⁶ Ibid., h. 210

Motif Sri Utami menggunakan Radio Suara Surabaya adalah untuk menyalurkan pendapatnya tentang berbagai masalah. Ditanggapi atau tidak oleh institusi yang bersangkutan, Sri Utami merasa hal itu tidak penting. Jauh lebih penting bagi Sri Utami menyampaikan apa yang dirasakan.

Ya, saya merasa sering tersalur dengan bicara di SS. Didengar atau nggak ditenger nggak peduli saya. Intinya saya bicara seperti apa yang saya rasa dan pikirkan. Di Indonesia jarang orang bicara apa adanya. Apakah dia menyinggung orang lain atau tidak, orang lain suka atau tidak, itu jarang. Saya tipikal orang yang seperti itu. Saya berani bicara, orang lain suka ga suka, saya suka ya saya lakukan. Ketika mahasiswa saya termasuk orang yang berdiri paling depan untuk memberontak apa yang saya lihat nggak pantas untuk dilakukan. Di SS saya merasa bisa menyalurkan itu walaupun terkesan sebagian orang mengatakan saya terlalu kontroversial, terlalu berani untuk menyampaikan, saya pikir ga papa. Saya harus bisa memberi warna yang beda dibanding orang lain.

Motif penyaluran pendapat dikategorikan McGuire sebagai motif otonomi yang melihat manusia sebagai makhluk yang berusaha mengaktualisasikan dirinya sehingga mencapai identitas kepribadian yang otonom¹⁶⁷.

V.3.6.4. Motif Respon

Motif respon biasanya dimiliki pendengar Radio Suara Surabaya untuk memberi konfirmasi, komentar maupun pendapat untuk menjawab pertanyaan penyiar atau pendengar lain dalam siaran Radio Suara Surabaya.

Iwan Kusmarwanto menggunakan Radio Suara Surabaya sebagai media untuk berbagi pengetahuan yang dimiliki. Hal itu karena Iwan Kusmarwanto memiliki latar belakang teknik. Sehingga Iwan banyak bicara tentang teknik dalam berbagai diskusi di Radio Suara Surabaya. Iwan Kusmarwanto juga lah

¹⁶⁷ Ibid., h.211

yang mengenalkan topik bahasan seputar teknik pertama kali dibahas di Radio Suara Surabaya.

Kita sekarang berusaha untuk ikut disitu memberikan solusi-solusi praktis, tapi saya membawakan wacana lain mana sih yang sebetulnya benar.

Selain masalah teknik, Iwan Kusmarwanto juga senang membagi pengetahuan tentang manajemen yang ditekuni selama ini, juga masalah pendidikan dimana ia sering diminta mengajar sebagai dosen luar biasa.

Sunarno menggunakan Radio Suara Surabaya untuk kepentingan penyiaran layalan publik. Sunarno menilai, media merupakan tempat yang strategis untuk menjembatani komunikasi antara pelanggan dengan institusinya sebagai pelayan masyarakat.

Kami mendengarkan SS itu karena kami sebagai humas PDAM dan pelayanan publik. SS kami lihat salah satu radio sangat fokus dan interaktif dengan semua pelayanan publik di kota Surabaya. Maka kami sebagai instansi yang melayani warga kota Surabaya yang mana warga kota Surabaya memberikan, menyalurkan masukan pemerintah kota, pelayanan publik lainnya itu lewat SS ini, dan itu sangat-sangat efektif dan sangat membantu kami. Dalam arti bahwa kami di kontrol dari kinerja pelayanan dan terutama masukan-masukan kinerja pelayanan PDAM.

Radio Suara Surabaya digunakan Arif Afandi untuk mendapatkan masukan dari masyarakat tentang pemerintah kota Surabaya. Arif Afandi mengakui ada pergeseran motif mendengarkan Radio Suara Surabaya terkait jabatannya sekarang. Sebelumnya ketika menjabat sebagai pemimpin redaksi surat kabar di Jawa Timur, M membutuhkan informasi lalu lintas bahkan kurang suka mendengar masyarakat yang beropini di Radio Suara Surabaya. Karena Arif

Afandi menganggap apa yang disampaikan masyarakat melalui Radio Suara Surabaya hanya menawarkan pesimisme.

Kalau dulu SS lebih banyak menyajikan pesimisme, tidak menyajikan optimisme. Bahwa segala sesuatu itu bisa diatasi, segala sesuatu itu bisa dipecahkan. Tapi yang selalu muncul di SS, karena ini reportase dari banyak pihak dari orang-orang sering kali keluhan, komplain, kemudian ya pesimisme “caci maki”. Termasuk pentar-penyiaranya juga lebih cenderung kepada pesimisme. Bahwa menurut saya kenyataan hidup ini dan tidak semata-mata sisi negatifnya saja, tapi ada sisi positif yang sebetulnya itu menarik untuk di dengarkan orang, dimunculkan sebagai suatu relitas sosial. Tapi sekarang sudah mulai ada netralisasi-netralisasi terhadap pesimisme-pesimisme yang berkembang pada masyarakat, dan itu menurut saya baik sekali.

Dengan jabatan sekarang sebagai Wakil Walikota Surabaya, justru masukan dari masyarakat sangat dibutuhkan untuk mengukur tingkat kepuasan masyarakat terhadap layanan publik yang diberikan pemerintah kota Surabaya.

Untuk menjalankan fungsi dan tanggung jawab saya sebagai pejabat publik di kota Surabaya, dari SS saya bisa mengukur respon dari masyarakat terhadap kebijakan-kebijakan yang telah kita ambil. Kemudian bisa mengukur sejauh mana tingkat kepuasan masyarakat terhadap apa yang telah kita lakukan dan juga kemudian bisa mengukur apa saja yang bagi masyarakat masih di anggap kurang, artinya kemudian kalau dilihat dari sisi kebutuhan, sebetulnya saya mendengarkan SS sesuai dengan kebutuhan saya. Kalau dulu saya dijalan pengen tahu informasi di jalan ada apa saja, sekarang lebih cenderung ke arah situ. Orientasi saya sekarang lebih kepada suara-suara masyarakat tentang pemerintahan maupun kota ini.

Pendengar Herry Suchahyo menggunakan Radio Suara Surabaya menjadi media penyampai informasi dan sosialisasi tentang lalu lintas.

Sebagai polisi fungsi saya melayani masyarakat, memberikan pengayoman, melindungi selaku penegak hukum. Jadi kalau ada orang-orang yang misalnya tidak tahu tentang lalu lintas menanyakan ke SS, itu perlu kita jawab. Kewajiban yang harus dilaksanakan sesuai Undang-Undang Kepolisian Nomor 2 Tahun 2002. Disana ada salah satu pasal mengatakan ‘kita wajib

memberikan informasi' kemudian kecepatan, ketanggapan, kesegeraan kita untuk mereaksi merespon keinginan masyarakat.

Radio Suara Surabaya secara sadar membentuk pola siarannya untuk diwarnai dengan berbagai kepentingan khalayak. Setiap pendengar yang menelepon ke Radio Suara Surabaya memiliki kepentingan yang berbeda-beda antara satu dan lainnya. Menurut Yoyong Burhanudin, Manager Penyiaran Radio Suara Surabaya, justru kepentingan khalayak itu harus dikelola dengan harapan khalayak mempunyai waktu lebih lama mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya.

Kita sangat yakin orang menghubungi SS karena berbagai kepentingan. Pada prinsipnya kita mesti sadar bahwa kepentingan itu harus di pelihara. Itu menjadi upaya SS membuat pendengar selalu mendengarkan SS. Kepentingannya pendengar harus kita fasilitasi. Dalam hal ini, artinya harus ada nilai-nilai pelayanan yang ditampilkan dalam pola siaran SS. Atas kepentingan semua orang itulah kemudian kita mencoba melakukan kendali terhadap apa yang disampaikan oleh pendengar bahkan hal-hal yang sifatnya data kita sangat perhatian pada kerincian atau kecermatan data, perlu ada klarifikasi, konfirmasi dan sebagainya. Tujuannya supaya SS tetap *credible*, berintegritas tinggi terutama dari sisi informasinya.

Dalam konsep William J. McGuire terdapat dua kelompok besar motif individu dalam melakukan suatu tindakan. Kelompok yang pertama adalah motif kognitif dan kelompok kedua motif afektif. Motif kognitif adalah motif yang menekankan pada kebutuhan manusia akan informasi dan kebutuhan untuk mencapai tingkat ideasional tertentu. Sedangkan motif afektif menekankan aspek perasaan dan kebutuhan untuk mencapai tingkat emosional tertentu. Titik berat motif kognitif adalah dalam tataran ide, sementara motif afektif menitikberatkan pada tataran emosional. Perbedaan motif dalam mengkonsumsi media akan menyebabkan reaksi yang berbeda terhadap media tersebut. Motif pendengar

menggunakan Radio Suara Surabaya untuk berbagai kepentingan memiliki reaksi yang berbeda-beda. Motif untuk mendapatkan eksistensi diri misalnya, pendengar merasa terpenuhi motifnya cukup dengan menyampaikan kabar tentang kondisinya. Tapi tidak demikian bagi pendengar yang memiliki motif menggunakan Radio Suara Surabaya untuk mencari informasi. Sebelum informasi yang dicari belum diperoleh maka pendengar akan mengupayakan bertanya, tidak sekedar menunggu datangnya informasi itu. Demikian juga pendengar yang menggunakan siaran Radio Suara Surabaya untuk menyampaikan aspirasinya. Aspirasi itu akan terus *dionairkan* selama belum ada tanggapan dari pihak yang bersangkutan. Motif menggunakan Radio Suara Surabaya untuk kepentingan merespon suatu keluhan memberi reaksi yang lain. Tidak sekedar respon informasi yang disampaikan pada publik tapi diikuti dengan respon tindakan di lapangan.

V.3.7. Pendapat Pendengar Yang Disampaikan Dalam *On Air*

Pendengar mempunyai beragam pendapat yang dikemukakan dalam siaran *news* interaktif di Radio Suara Surabaya. Kadang pendengar menyambut suatu perbincangan di Radio Suara Surabaya dengan pendapat yang optimis sesuatu yang diperbincangkan akan berjalan dengan baik, tapi tidak jarang yang terdengar hanya pesimisme atau *caci maki belaka* tanpa ada solusi. Dalam penelitian ini dibagi tipologi pendengar pesimis dan optimis.

V.3.7.1. Pendengar Optimis

Pendengar optimis adalah tipe pendengar yang dalam menyampaikan pendapatnya terdengar optimis menganggapi topik yang sedang didiskusikan di Radio Suara Surabaya.

Arif Afandi termasuk pendengar yang optimis dalam pendapatnya.

Segala sesuatu itu bisa diatasi dan bisa dipecahkan. Kenyataan hidup ini dan tidak semata-mata hanya dilihat dari sisi negatifnya saja, tapi juga ada sisi positif yang sebetulnya itu menarik untuk di dengarkan orang, dan dimunculkan sebagai suatu relitas sosial.

Yoyong Burhanudin Magajer Penyiaran Radio Suara Surabaya mengatakan, label siaran Radio Suara Surabaya adalah *news*, interaktif dan solutif. Konsep solutif merupakan upaya mendidik pendengar supaya ketika mengudara mereka juga memberi solusi atas masalah yang dikemukakan.

Orang boleh ngomong apa saja tapi begitu mengudara, maka dia harus mampu menawarkan solusi dari problem itu. Ada orang mengeluh misalnya, tidak bisa hanya sekedar mengeluh, tapi pendengar juga diberi pemahaman bahwa kalau mau mengeluh harus siap dengan solusinya. Apa solusi dari masalah yang disampaikan. Sehingga itu menjadi salah satu pendidikan bagi publik, bahwa berbicara di media ini adalah berbicara di sebuah ranah publik. Ranah publik itu hak semua orang, karena itu jangan sampai kita memanfaatkan hak itu dengan mengesampingkan kepentingan masyarakat yang lain.

V.3.7.2. Pendengar Pesimis

Pendengar Radio Suara Surabaya seringkali menyampaikan keluhan-keluhan tentang layanan publik. Tidak jarang dalam menyampaikan keluhan itu disertai dengan caci maki terhadap layanan publik tersebut. Ada juga pendengar yang menyikapi dengan nada negatif terhadap suatu kebijakan yang baru dibuat pemerintah. Tipologi pendengar seperti ini yang disebut pendengar pesimis.

menggunakan Radio Suara Surabaya untuk berbagai kepentingan memiliki reaksi yang berbeda-beda. Motif untuk mendapatkan eksistensi diri misalnya, pendengar merasa terpenuhi motifnya cukup dengan menyampaikan kabar tentang kondisinya. Tapi tidak demikian bagi pendengar yang memiliki motif menggunakan Radio Suara Surabaya untuk mencari informasi. Sebelum informasi yang dicari belum diperoleh maka pendengar akan mengupayakan bertanya, tidak sekedar menunggu datangnya informasi itu. Demikian juga pendengar yang menggunakan siaran Radio Suara Surabaya untuk menyampaikan aspirasinya. Aspirasi itu akan terus *dionairkan* selama belum ada tanggapan dari pihak yang bersangkutan. Motif menggunakan Radio Suara Surabaya untuk kepentingan merespon suatu keluhan memberi reaksi yang lain. Tidak sekedar respon informasi yang disampaikan pada publik tapi diikuti dengan respon tindakan di lapangan.

V.3.7. Pendapat Pendengar Yang Disampaikan Dalam *On Air*

Pendengar mempunyai beragam pendapat yang dikemukakan dalam siaran *news* interaktif di Radio Suara Surabaya. Kadang pendengar menyambut suatu perbincangan di Radio Suara Surabaya dengan pendapat yang optimis sesuatu yang diperbincangkan akan berjalan dengan baik, tapi tidak jarang yang terdengar hanya pesimisme atau *caci maki belaka* tanpa ada solusi. Dalam penelitian ini dibagi tipologi pendengar pesimis dan optimis.

V.3.7.1. Pendengar Optimis

Pendengar optimis adalah tipe pendengar yang dalam menyampaikan pendapatnya terdengar optimis menganggapi topik yang sedang didiskusikan di Radio Suara Surabaya.

Arif Afandi termasuk pendengar yang optimis dalam pendapatnya.

Segala sesuatu itu bisa diatasi dan bisa dipecahkan. Kenyataan hidup ini dan tidak semata-mata hanya dilihat dari sisi negatifnya saja, tapi juga ada sisi positif yang sebetulnya itu menarik untuk di dengarkan orang, dan dimunculkan sebagai suatu relitas sosial.

Yoyong Burhanudin Magajer Penyiaran Radio Suara Surabaya mengatakan, label siaran Radio Suara Surabaya adalah *news*, interaktif dan solutif. Konsep solutif merupakan upaya mendidik pendengar supaya ketika mengudara mereka juga memberi solusi atas masalah yang dikemukakan.

Orang boleh ngomong apa saja tapi begitu mengudara, maka dia harus mampu menawarkan solusi dari problem itu. Ada orang mengeluh misalnya, tidak bisa hanya sekedar mengeluh, tapi pendengar juga diberi pemahaman bahwa kalau mau mengeluh harus siap dengan solusinya. Apa solusi dari masalah yang disampaikan. Sehingga itu menjadi salah satu pendidikan bagi publik, bahwa berbicara di media ini adalah berbicara di sebuah ranah publik. Ranah publik itu hak semua orang, karena itu jangan sampai kita memanfaatkan hak itu dengan mengesampingkan kepentingan masyarakat yang lain.

V.3.7.2. Pendengar Pesimis

Pendengar Radio Suara Surabaya seringkali menyampaikan keluhan-keluhan tentang layanan publik. Tidak jarang dalam menyampaikan keluhan itu disertai dengan caci maki terhadap layanan publik tersebut. Ada juga pendengar yang menyikapi dengan nada negatif terhadap suatu kebijakan yang baru dibuat pemerintah. Tipologi pendengar seperti ini yang disebut pendengar pesimis.

Arif Afandi yang membuat definisi pendengar pasif. Menurut Arif, pendengar pesimis adalah pendengar yang hanya menyampaikan keluhan dan caci maki tanpa memberi tawaran solusi terhadap masalah yang dikemukakan.

Yang selalu muncul di Radio Suara Surabaya justru banyak keluhan, komplain, yang bermuara pada pesimisme dan sekedar siaran “caci maki”. Tapi sekarang kadar siaran pesimisme itu sudah berkurang. Sekarang sudah mulai muncul optimisme sebagai netralisasi terhadap pesimisme-pesimisme yang berkembang pada masyarakat. Menurut Arif, siaran seperti itu baik sekali.

Menurut Yoyong Burhanudin Manager Penyiaran Radio Suara Surabaya, pesimisme yang dikemukakan pendengar adalah dampak dari kekecewaan atas pelayanan publik dari suatu instansi yang menurut pendengar kurang memuaskan. Mereka berharap dengan mengudarkan keluhannya di Radio Suara Surabaya, pendengar akan mendapatkan solusi. Namun demikian, setiap pendengar yang mengudara di Radio Suara Surabaya harus bisa mempertanggungjawabkan apa yang sudah mereka sampaikan di udara. Radio Suara Surabaya hanya menjadi media yang memberi waktu untuk mengudara, tapi tanggung jawab atas opini pendengar ada pada mereka sendiri.

Bagan Tipologi Pendengar Radio Suara Surabaya

- 1. Mobilitas Pendengar**
 - 1.1. *Mobile Listener*
 - 1.2. *Non Mobile Listener*
 - 1.3. *Mobile dan Non Mobile Listener*

- 2. Internet Listener**

- 3. Satellite Listener**

- 4. Interaktifitas Pendengar**
 - 4.1. Pendengar Aktif
 - 4.1.1. Aktif Informatif
 - 4.1.2. Aktif Dalam Berpendapat
 - 4.1.3. Aktif dalam Respon Pelayanan Publik
 - 4.1.4. Pendengar Aktif Mobile
 - 4.1.5. Pendengar Aktif Non Mobile

 - 4.2. Pendengar Hiperaktif

 - 4.3. Pendengar Pasif
 - 4.3.1. Pendengar pasif permanen
 - 4.3.2. Pasif non permanen

- 5. Pendengar Loyal**

- 6. Motif Pendengar**
 - 6.1. Motif Eksistensi Diri
 - 6.2. Motif Mencari Informasi
 - 6.3. Motif Menyalurkan Pendapat
 - 6.4. Motif Memberi Respon

- 7. Pendapat Pendengar Dalam On Air**
 - 7.1. Pendengar Optimis
 - 7.2. Pendengar Pesimis

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

VI.1. Kesimpulan

Penelitian tentang tipologi pendengar Radio Suara Surabaya mengelompokkan kriteria khalayak pendengar berdasarkan mobilitas pendengar, tingkat interaktifitasnya dan motif untuk menggunakan Radio Suara Surabaya terkait dengan kepentingan pendengar. Dalam pemilahan ini, satu orang pendengar bisa dikelompokkan dalam beberapa tipologi. Hal ini sangat dimungkinkan karena keragaman respon dan pengalaman pendengar Radio Suara Surabaya.

Pendengar memiliki alasan dan pengalaman tersendiri dalam mendengarkan maupun berinteraktif dengan Radio Suara Surabaya :

1. Mobilitas Pendengar Radio Suara Surabaya

1.1. *Mobile Listener*

Pendengar mengikuti siaran Radio Suara Surabaya melalui radio mobil atau dengan *handphone* ketika dalam perjalanan. Alasannya untuk mendapatkan informasi lalu lintas tentang kelancaran atau kemacetan sehingga bisa diambil jalur alternatif supaya tidak terjebak dalam kemacetan. Pendengar yang *mobile* juga mengakses berita-berita yang disajikan Radio Suara Surabaya untuk *update* informasi sebelum membaca koran pagi hari.

Bagi pendengar yang berprofesi sebagai polisi, mendengarkan informasi melalui radio mobil sangat penting sebagai pantauan lalu lintas dan mempercepat penanganan arus lalu lintas.

Bagi pengelola Radio Suara Surabaya, *mobile listener* merupakan pendengar yang potensial dari merekalah berbagai informasi khususnya yang berkaitan dengan lalu lintas maupun keadaan sekitar bisa terus dipantau perkembangannya. Bahkan *image* Radio Suara Surabaya sebagai radio lalu lintas juga terbangun oleh pendengar *mobile listener*.

1.2. Non Mobile Listener

Non mobile listener biasanya mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya melalui pesawat radio, satelit dan internet. Para pendengar Radio Suara Surabaya yang berada di luar Surabaya, tetap ingin mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya karena faktor kedekatan psikografis ini. Pendengar merasa mempunyai persamaan kepentingan dan perhatian untuk mendapatkan kabar tentang Surabaya dan Jawa Timur tempat dimana dulu mereka tinggal. Format siaran Radio Suara Surabaya yang menggunakan pola *news* interaktif masih menarik minat pendengar, meskipun sekarang mereka berada di luar Surabaya.

1.3. Mobile dan Non Mobile Listener

Tipologi pendengar ini memiliki karakter ingin mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya dimanapun, kapanpun. Baik dalam perjalanan maupun ketika berada di rumah atau kantor ketika tidak sedang *mobile*.

2. Internet Listener

Pendengar Radio Suara Surabaya yang mendengarkan siaran *news* interaktif dengan internet melalui *radio online* pada situs www.suarasurabaya.net.

3. Satellite Listener

Pendengar yang mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya melalui satelit telkom 1. Penggunaan satelit memungkinkan Radio Suara Surabaya bisa didengarkan di kota-kota lain seluruh Indonesia sampai wilayah Asia Pasifik.

4. Interaktifitas Pendengar Radio Suara Surabaya

Kegiatan interaktif dengan Radio Suara Surabaya bisa dilakukan melalui telepon maupun sms. Dalam tipologi ini, akan dipetakan pendengar Radio Suara Surabaya dengan interaktifitasnya mempunyai karakter pendengar aktif dan pasif.

4.1. Pendengar Aktif

Pendengar aktif merupakan pendengar yang melakukan interaktif dengan Radio Suara Surabaya. Interaktif dilakukan pendengar dengan menggunakan telepon dan *short message service* (SMS). Ada berbagai alasan pendengar menelepon untuk berinteraktif dengan Radio Suara Surabaya. Para pendengar itu melakukan kegiatan interaktif biasanya untuk menyampaikan atau meminta informasi, berpendapat tentang suatu masalah dan aktif respon pelayanan publik.

4.2. Pendengar Aktif Informatif

Pendengar aktif informatif adalah pendengar yang berinteraktif dengan Radio Suara Surabaya baik melalui telepon maupun SMS. Interaktif yang dilakukan oleh pendengar tipe ini adalah untuk memberikan atau menanyakan berbagai informasi pada Radio Suara Surabaya.

4.3. Pendengar Aktif dalam Berpendapat

Interaktif yang dilakukan pendengar Radio Suara Surabaya selain memberikan dan menanyakan informasi, pendengar juga melakukan interaktif untuk keperluan lain, yaitu menyampaikan pendapatnya. Pendapat para pendengar Radio Suara Surabaya biasanya disampaikan dalam *talkshow* yang membahas topik tertentu.

4.4 Pendengar Aktif dalam Respon Pelayanan Publik

Interaktif yang ada di Radio Suara Surabaya juga digunakan pendengar untuk meluruskan pemberitaan yang keliru seputar masalah publik. Arif Afandi yang menjabat Wakil Walikota Surabaya adalah pendengar yang memanfaatkan siaran interaktif Radio Suara Surabaya untuk menyampaikan kebenaran berita yang salah tentang dirinya.

4.5 Pendengar Aktif Mobile

Kriteria pendengar aktif mobile adalah pendengar yang mendengarkan siaran Radio Suara Surabaya dalam perjalanan dan berinteraktif dengan Radio Suara Surabaya untuk memberikan informasi maupun menyampaikan pendapatnya terhadap suatu masalah. Informasi yang disampaikan biasanya

informasi lalu lintas atau memberikan opini yang terkait dengan masalah lalu lintas. Pendengar aktif *mobile* merasa perlu segera menyampaikan informasi pada saat itu juga karena informasi lalu lintas cepat sekali berubah. Kalau tidak disampaikan pada saat itu juga, informasi lalu lintas bisa berbeda dari sebelumnya. Karena itu, informasi itu harus segera disampaikan, tidak bisa ditunda.

4.6 Pendengar Aktif Non Mobile

Pendengar aktif *non mobile* merupakan pendengar yang aktif berinteraksi dan menelepon pada saat tidak sedang dalam perjalanan. Kriteria pendengar aktif non mobile ini biasanya menelepon ke Radio Suara Surabaya untuk menyampaikan keluhan terhadap pelayanan publik maupun berpendapat tentang suatu masalah. Informasi yang disampaikan sifatnya informasi tunda yang tidak harus disampaikan pada waktu itu juga. Pendengar aktif *non mobile* juga berinteraktif untuk mengemukakan pendapatnya.

5. Pendengar Hiperaktif

Definisi pendengar hiperaktif adalah pendengar yang sangat sering menelepon dan mengudara di Radio Suara Surabaya. Tipe pendengar ini hampir setiap jam menelepon menyampaikan informasi lalu lintas maupun berpendapat tentang segala sesuatu yang ditemui.

6. Pendengar Pasif

Pendengar pasif adalah pendengar yang tidak pernah menelepon ke Radio Suara Surabaya untuk menyampaikan kabar, informasi maupun opini. Pendengar pasif ini disebut juga dengan *silent audience*. Tipologi pendengar pasif dikategorikan pasif permanen dan non permanen.

6.1. Pendengar pasif permanen

Pendengar yang sama sekali tidak pernah berinteraktif dengan Radio Suara Surabaya.

6.2. Pasif non permanen

Adalah pendengar yang pasif hanya pada saat tertentu saja, yaitu ketika pendengar tidak tertarik mengikuti dialog yang sedang didiskusikan di Radio Suara Surabaya. Tapi ketika diskusi itu menarik, pendengar pasif non permanen akan menjadi pendengar aktif dengan ikut serta dalam diskusi yang sedang diperbincangkan.

7. Pendengar Loyal

Pendengar loyal adalah pendengar yang setia mendengarkan Radio Suara Surabaya ketika dalam perjalanan, tidak dalam perjalanan, dan aktif menelepon ke Radio Suara Surabaya. Bentuk loyalitas yang diberikan pendengar pada Radio Suara Surabaya terutama dalam hal waktu mendengarkan yang lama dalam setiap kesempatan dan dalam hal biaya karena pendengar rela mengeluarkan biaya untuk menelepon ke Radio Suara Surabaya. Dalam hal kepentingan, pendengar loyal

mengeluarkan biaya pulsa untuk mengudara di Radio Suara Surabaya menyuarakan masalah-masalah yang terkait dengan kepentingan publik.

8. Motif Pendengar Radio Suara Surabaya

Khalayak menggunakan media karena motif-motif tertentu. Motif merupakan dorongan khalayak untuk menggunakan media. Pendengar Radio Suara Surabaya mempunyai berbagai motif dalam menggunakan siaran Radio Suara Surabaya. Pembagian tipologi khalayak pendengar ini didasarkan pada motif eksistensi diri, mencari informasi, menyalurkan pendapat dan motif memberi respon.

8.1. Motif eksistensi diri

Pendengar tipe ini berharap pendengar lain mengetahui keberadaannya meskipun secara geografis mereka jauh atau motif pendengar yang ingin menunjukkan eksistensinya sebagai pendengar muda diantara pendengar lain yang kebanyakan dari kalangan orang tua.

8.2. Motif Mencari Informasi

Pendengar menggunakan siaran Radio Suara Surabaya untuk mencari informasi. Hal ini sesuai dengan fungsi radio sebagai bagian dari media massa yang menyediakan informasi untuk pendengarnya.

8.3. Motif Menyalurkan Pendapat

Motif menyalurkan pendapat merupakan motif pendengar yang menggunakan siaran Radio Suara Surabaya untuk berinteraktif guna menyalurkan pendapatnya tentang suatu masalah tertentu.

8.4. Motif Memberi Respon

Motif respon biasanya dimiliki pendengar Radio Suara Surabaya untuk memberi konfirmasi, komentar maupun pendapat untuk menjawab pertanyaan penyiar atau pendengar lain dalam siaran Radio Suara Surabaya.

9. Pendapat Pendengar Yang Disampaikan Dalam *On Air*

Pendengar mempunyai beragam pendapat yang dikemukakan dalam siaran *news* interaktif di Radio Suara Surabaya. Kadang pendengar menyambut suatu perbincangan di Radio Suara Surabaya dengan pendapat yang optimis sesuatu yang diperbincangkan akan berjalan dengan baik, tapi tidak jarang yang terdengar hanya pesimisme atau caci maki belaka tanpa ada solusi. Dalam penelitian ini dibagi tipologi pendengar pesimis dan optimis.

9.1. Pendengar Optimis

Pendengar optimis adalah tipe pendengar yang dalam menyampaikan pendapatnya terdengar optimis menganggapi topik yang sedang didiskusikan di Radio Suara Surabaya.

9.2. Pendengar Pesimis

Pendengar Radio Suara Surabaya seringkali menyampaikan keluhan-keluhan tentang layanan publik. Tidak jarang dalam menyampaikan keluhan itu disertai dengan cacik maki terhadap layanan publik tersebut. Ada juga pendengar yang menyikapi dengan nada negatif terhadap suatu kebijakan yang baru dibuat pemerintah. Tipologi pendengar seperti ini yang disebut pendengar pesimis.

Dari penelitian ini ada beberapa temuan yang menyangkut khalayak yang sangat menarik jika dikaji lebih lanjut :

1. Terdapat definisi baru tentang khalayak aktif dan khalayak pasif dalam interaktif di Radio Suara Surabaya. Konsep ini menambah pengayaan konsep khalayak aktif dan pasif yang didasarkan pada pemaknaan pesan. Dalam konteks jurnalisme interaktif, khalayak aktif memberikan informasi dan menyampaikan pendapatnya tidak hanya menjadi obyek terpaan media.
2. Konsep interaktif dalam proses komunikasi yang terjadi antara pendengar dengan penyiar dan pendengar dengan pendengar tidak lagi hanya *one way traffic* yaitu informasi satu arah, dari media massa pada khalayaknya tapi bisa terjadi *multi traffic* yaitu interaksi pendapat yang terjadi antara pendengar yang satu dengan pendengar lainnya. Dengan konsep interaktif multi arah, siapapun pendengar bisa memberi tanggapan atau komentar dari pernyataan nara sumber maupun pendengar lainnya. Ranah inilah yang disebut dengan demokrasi dalam siaran radio. Pendengar dan nara sumber diberikan peluang untuk bicara dan menyampaikan informasi atau pendapatnya.
3. Konsep interaktif yang membuka peluang bagi pendengar Radio Suara Surabaya menyampaikan masalahnya di udara memberi kesan siaran Radio

Suara Surabaya hanya menawarkan pesimisme, karena terdengar lebih banyak keluhan dari pada solusi terhadap masalah yang dikemukakan.

VI.2. Saran

Dari hasil penelitian ini, telah ditemukan tipologi-tipologi baru tentang khalayak media massa, khususnya radio yang berformat *news* interaktif. Penemuan tipologi-tipologi baru tersebut, secara teoritis, akan memperkaya pembagian tipologi pendengar secara kualitatif. Hasil penelitian ini sangat terbuka untuk ditindaklanjuti dengan penelitian lain tentang tipologi pendengar yang didasarkan pada wacana (*discourse*) yang disampaikan ketika sedang mengudara di Radio Suara Surabaya. Temuan-temuan tentang tipologi pendengar radio *news* interaktif sangat dimungkinkan berkembang sesuai definisi-definisi yang diberikan pendengar tentang dirinya atau pendengar lainnya.

Secara praktis, hasil penelitian tentang tipologi pendengar berdasarkan pendekatan kualitatif ini bisa dimanfaatkan media komunikasi massa untuk mengetahui khalayaknya. Dengan mengetahui tipologi pendengar, pengelola media massa khususnya radio, bisa memberikan layanan yang terbaik berdasarkan karakteristik tipologi-tipologi pendengar yang ada dari penelitian ini.

Bagi Radio Suara Surabaya, patut diketahui bahwa pendengar memiliki loyalitas tidak sekedar mendengarkan tapi juga berinteraktif bahkan kritis dengan memberi banyak masukan untuk perbaikan kota melalui Radio Suara Surabaya. Radio Suara Surabaya selaku penyelenggara konsep jurnalisme interaktif dalam siarannya, perlu memberikan pelayanan yang baik pada pendengar ini. Bentuk pelayanan yang baik itu melalui peningkatan kualitas program siaran yang lebih

banyak melibatkan pendengar untuk bersuara dalam siaran Radio Suara Surabaya. Perlakuan yang baik dalam menerima telepon-telepon dari pendengar juga menjadi harapan. Bahkan ada keinginan pendengar untuk membina hubungan baik dengan personal Radio Suara Surabaya sehingga perlu ada acara-acara *off air* yang juga melibatkan pendengar.

Kritik dari pendengar yang menilai siaran Radio Suara Surabaya menawarkan pesimisme, baik yang berasal dari pernyataan pendengar maupun penyiar, hal ini perlu disikapi secara proporsional. Penyikapan secara proporsional itu dengan tetap memposisikan diri sebagai mediator atas pendapat pendengar dan nara sumber. Selain itu Radio Suara Surabaya juga perlu menguatkan karakter solutif dalam setiap persoalan yang dibahas. Solutif tidak harus menyelesaikan masalah hingga tuntas, tapi sebagai penyeimbang atas persoalan-persoalan yang mengemuka dalam siaran Radio Suara Surabaya. Hal ini supaya siaran Radio Suara Surabaya tidak berwarna pesimis tapi lebih optimis seperti harapan pendengar.

Daftar Pustaka

Buku :

- Ardianto, Elvinaro, Lukita Komala Erdinaya, 2004, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung, Simbiosis Rekatama Media.
- Baran, Stanley J., dan Dennis K. Davis, 2003, *Mass Communication Theory*, Canada, Wadsworth
- Berger, Arthur Asa, 2000, *Media And Communication Research Methods*, USA, Sage Publication Inc.
- Bryman, Alan, 2004, *Social Research Methods*, New York, Oxford University Press
- Crouse, Chuck, 1992, *Reporting For Radio*, USA, Bonus Book Inc
- Danim, Sudarwan, 2002, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, Bandung, CV. Pustaka Setia
- Dominick, Joseph R, 1983, *The Dynamics Of Mass Communication*, USA, Newbery Award Record Inc
- Hartono, 2003, *Bagaimana Menulis Tesis?* Malang, UMM Press
- Jensen, Klaus Bruhn, 2002, *A Handbook Of Media and Communication Research*, London, Routledge.
- Jonathans, Errol, 2000, *Politik Dan Radio*, Jerman, Friedrich Naumann Stiftung.
- Kovach, Bill dan Tom Rosenstiel, 2003, *Sembilan Elemen Jurnalisme*, Jakarta, Yayasan Pantau
- List, Dennis, 2001, *Memahami Khalayak Anda terjemahan Know Your Audience : A Guide To Audience Research*, Jakarta, UNESCO, British Embassy Indonesia dan Jaring Line.
- Lorimer, Rowland, 1994, *Mass Communication*, USA, Manchester University Press.
- Masduki, 2001, *Jurnalistik Radio*, Yogyakarta, LKIS.
- McQuail, Denis, 1997, *Audience Analysis*, USA, Sage Publication
- McQuail, Denis, 2000, *Mass Communication Theory*, Edisi ke empat, London, Sage Publication.

- McQuail, Denis, 1992, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Terjemahan, Jakarta, Erlangga.
- Mulyana, Deddy, 2004, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Murbando Hs, L., 2006, *Drama Radio Indonesia 1980-an*, Malang, Pustaka Kayutangan.
- Rafaeli, Sheizaf, *Interactivity From New Media to Communication*, dalam buku *Advancing Communication Science : Merging Mass and Interpersonal Processes*, 1988, California, Sage Publication
- Rakhmat Jalaluddin, 2000, *Psikologi Komunikasi*, Bandung, Remaja Rosdakarya
- Rivers, William L., Jay W. Jensen, Theodore Peterson, 2003, *Media Massa Dan Masyarakat Modern*, Edisi Kedua, Jakarta, Prenada Media.
- Shoemaker, Pamela J. dan Stephen D. Reese, 1996, *Mediating The Message*, USA, Longman Publisher USA
- Sugiyono, 2005, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung, Alfabeta
- Sutaryo, 2005, *Sosiologi Komunikasi*, Yogyakarta, Arti Bumi Intaran
- Wimmer, Roger D., Joseph R. Dominick, 2003, *Mass Media Research*, USA, Thomson Wadswort
- Winarso, Heru P, 2004, *Sosiologi Komunikasi Massa*, Malang, Kominef Press
- Wright, Charles R., 1985, *Sosiologi Komunikasi Massa*, Bandung, Remadja Karya

Jurnal :

- Dwijosudarmo, Edy Herry, 1995, *Teori Kebenaran Fenomenologis*, *Jurnal Filsafat*

Tesis

- Tandyonomanu, Danang, 2002, *Tesis Pengaruh Kebutuhan Menelepon Interaktif Terhadap Kepuasan Penelepon Radio Suara Surabaya FM*, Bandung, Program Pasca Sarjana Universitas Padjadjaran
- Tjahjo, Djoko Wahjono, 2001, *Tesis Analisis Perbedaan Preferensi Pendengar Radio Suara Surabaya-FM Terhadap Jenis Beritanya*, Surabaya, Pasca Sarjana Universitas Airlangga

Tjondro, Timmy, 1998, *Motivasi-motivasi Pendengar Dalam Partisipasi Interaktifnya di Program Kelana Kota Radio Suara Surabaya FM Stereo*, Surabaya, Program Pasca Sarjana Universitas Surabaya

Internet :

Baker, Steve, *Media Studies*, <http://www.northallertoncoll.org.uk/media/audience.htm>, diakses tanggal 21 Maret 2006

Finnegan, Mike, *Bringing "Personality" to Audio Journal*, <http://www.audiojournal.net/tips.htm>, diakses 28 Februari 2006

History Radio Suara Surabaya, <http://www.kampungmedia.com/>, diakses 19 April 2006

Junaedi, Fajar, *Khalayak Aktif versus Khalayak Pasif*, <http://www.sosiologi.komunikasi.blogspot.com/>, diakses 19 April 2006

Kochevar, John J., *Needs Satisfied by Media Use: An Audience Typology*, http://eric.ed.gov/ERICWebPortal/Home.portal?_nfpb=true&_pageLabel=RecordDetails&ERICExtSearch_SearchValue_0=ED192301&ERICExtSearch_SearchType_0=eric_accno&objectId=0900000b800fdc2e, diakses 27 Maret 2006

Lyytikainen, Katariina, *Mass Communication*, http://www.media.hut.fi/~as75120/2003/english_material/final/MassCommunication.pdf, diakses 19 April 2006

Mandolang Yunita, *Buruk Radio Riset Dibelah*, <http://jakarta.unesco.or.id/localrad/BAHASA/IMAGES/ARTICLES/riset.htm>, diakses 19 April 2006

Morley, David, *Study of the Nationwide Audience*, <http://www.aber.ac.uk/media/TopTophomepage.html>, diakses 7 Mei 2006

Mundkur, Prabhakar, *Radio - the companion medium*, <http://www.agencyfaqs.com/media/opinion/mundkur.html>, diakses 28 Februari 2006

Oatey, Alison, *The Strengths and Limitations of Interviews as A Research Technique for Studying Television Viewers*, <http://www.aber.ac.uk/media/Students/aec9702.html>, diakses 7 Mei 2006

Wimmer, Roger, *An Introduction to Mass Media Research*, <http://www.rogerwimmer.com/wrmediaresearch.htm>, diakses 21 Maret 2006

<http://www.cultsock.ndirect.co.uk/MUHome/cshtml/media/re canal.html>, diakses 7 Mei 2006

<http://www.kampungmedia.com/>, diakses 19 April dan 13 Mei 2006

<http://www.mediaindo.co.id/cetak/berita.asp?id=2004062700125627>, diakses 27 Jun 2004

<http://www.museum.tv/archives/etv/A/htmlA/audiencereser/audiencereser.htm>, diakses 7 Mei 2006

Wawancara :

Errol Jonathans, Direktur Operasional Radio Suara Surabaya, tanggal 19 Oktober 2005

Soetojo Soekomihardjo, Direktur Utama Radio Suara Surabaya, tanggal 23 Juni 2006

Yoyong Burhanudin, Manager Penyiaran Radio Suara Surabaya, tanggal 7 Juli 2006

