

Bab I Pendahuluan

I.1 Latar Belakang Masalah

- Penyiar* : *Suara Surabaya*
Pendengar : *Iya pagi. Suara Surabaya*
Penyiar : *Iya selamat pagi. Dengan siapa ini?*
Pendengar : *Dengan Widiarto*
Penyiar : *Monggo Pak Widi*
Pendengar : *Iya Mbak. Mau bagi informasi*
Penyiar : *Eem*
Pendengar : *Tol arah Perak, kayaknya ada orang di tengah jalan di jalan tol. Kayaknya keterbelakangan mental*
Penyiar : *Itu yang dari arah mana? Dari arah Gresik atau dari arah Satelit, Bapak?*
Pendengar : *Dari arah... apa?*
Penyiar : *Kilometer berapa tepatnya? Hallooo, haloo Pak. Pak Widi. Pak Widi?*
Pendengar : *Halo*
Penyiar : *Iya Pak Widi, tepatnya kilometer berapa Bapak?*
Pendengar : *Halo*
Penyiar : *Iya Bapak. Anda melihat tadi ada orang di tol itu kilometer berapa?*
Pendengar : *Kilometer 5 atau enggak kilometer 3, Mbak*

Kutipan dialog di atas merupakan percakapan yang terjadi antara penyiar dengan pendengar radio pada siaran yang berlangsung di Radio Suara Surabaya (observasi pada siaran Radio Suara Surabaya, 27 Oktober 2017).

Dalam dialog di atas, pendengar radio melaporkan sebuah peristiwa yang dilihatnya di jalan raya dan ditanggapi oleh penyiar yang sedang bertugas saat itu. Kutipan dialog tersebut menunjukkan bahwa pada masa kini, khalayak radio tidak sekadar menjadi pendengar isi siaran radio, melainkan juga sekaligus dapat menjadi penyampai pesan atau penyampai informasi untuk pendengar siaran radio

yang lain. Dengan kata lain, pendengar juga dapat melakukan kinerja menyerupai reporter yang melaporkan sebuah peristiwa kepada publik atau pendengar radio lainnya melalui media radio siaran yang sebenarnya juga sedang didengarkannya. Hal ini menunjukkan bahwa khalayak media massa, yang dalam hal ini adalah pendengar radio, tidak semata-mata menerima informasi dari media massa, melainkan juga dapat berperan menjadi pengirim pesan untuk disampaikan melalui media massa.

Khalayak merupakan salah satu elemen di dalam proses komunikasi, khususnya komunikasi massa. Media massa merupakan bentuk dari komunikasi massa. Bagi media massa, khalayak adalah salah satu hal terpenting, karena tanpa khalayak berarti tidak ada pemirsa televisi, tidak ada penonton film, tidak ada pembaca surat kabar, juga tidak ada pendengar radio.

Seiring dengan perkembangan yang terjadi pada media massa, seperti pertumbuhan saluran televisi yang cepat, ledakan pertumbuhan pengguna internet, keberadaan siaran radio dan televisi yang bersifat *on-demand*, membuat individu, yang dalam hal ini adalah khalayak, mengalami peningkatan kontrol terhadap kapan, bagaimana dan dimana mereka mengonsumsi media. Artinya, khalayak tak lagi sekadar menerima maupun menikmati konten atau pesan yang diberikan oleh media massa. Khalayak juga bisa memberikan atau membuat konten untuk media. Inilah yang dimaksudkan oleh Napoli bahwa di dalam perkembangan teknologi komunikasi, apa yang disebut dengan khalayak mengalami peningkatan kontrol terhadap kapan, bagaimana dan dimana mereka mengonsumsi media.

Berman (dalam Napoli, 2011: 1) mengungkapkan bahwa di dalam meraih perhatian khalayak, konten yang diproduksi oleh pengguna media berkompetisi dengan konten yang diproduksi oleh media tradisional. Yang dimaksud dengan pengguna media dalam pemahaman Berman adalah khalayak. Situasi yang kompetitif tersebut membuat khalayak menjadi sangat penting untuk dikaji dalam sebuah penelitian.

Beberapa penelitian perihal khalayak jelas sudah pernah dilakukan seiring dengan perkembangan ilmu komunikasi. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Ike Picone, dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Vrije Universiteit Brussel, Belgia, yang meneliti perihal perubahan penggunaan konsep khalayak menjadi 'user' atau pengguna bagi khalayak yang menggunakan media silang, yang dalam hal ini bisa disebut dengan konvergensi media. Penelitian tentang khalayak lainnya telah dilakukan pula oleh Van Damme dan Courtois (2018). Penelitian ini berjudul "At your (public) service: A cross-media news consumption study of the 50-65 age group". Penelitian ini dilakukan pada kelompok usia 50-65 tahun yang acap disebut *digital immigrant* di dalam mengonsumsi berita melalui pelbagai media, khususnya dalam era perkembangan media digital.

Penelitian terkait khalayak media masihlah banyak. Kedua penelitian di atas hanyalah contoh dari sekian banyak penelitian media yang mengambil khalayak sebagai subjek penelitian. Penelitian yang sedang digagas ini merupakan salah satu penelitian yang ingin mengulik perihal khalayak sebagai bagian penting dari proses komunikasi massa.

Media massa mengalami pergeseran ke arah yang lebih serius setelah bersentuhan dengan teknologi komunikasi. Media massa mengalami apa yang disebut dengan evolusi. Demikian pula halnya dengan khalayak yang mengiringi evolusi yang terjadi pada media. Seperti diungkap oleh Napoli yang menggunakan istilah evolusi dalam perubahan yang terjadi pada media massa maupun pada khalayak, dijelaskan olehnya bahwa evolusi khalayak merupakan sebuah proses yang berkelanjutan dan hal itu mungkin akan terus ada di masa depan, meskipun hal tersebut juga terhubung pada masa lalu (Napoli, 2011: 25). Evolusi media maupun evolusi khalayak juga terjadi pada media radio siaran. Pendengar radio tak lagi sepenuhnya mendengarkan siaran radio sebagaimana yang pada umumnya terjadi pada situasi terdahulu sebelum radio siaran bersentuhan dengan teknologi komunikasi. Sebagaimana yang disebutkan oleh Berman pada halaman sebelumnya, pengguna media mulai memproduksi konten mereka dan membagikan konten tersebut pada pengguna lain melalui media massa.

Media radio siaran merupakan salah satu bentuk dari media massa yang dapat disebut sebagai media massa konvensional. Khalayak merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam perkembangan media massa, termasuk media radio siaran. Tanpa keberadaan pendengar, maka siaran radio juga tidak akan mengalami perkembangan dalam menyampaikan pesan. Sebaliknya, pada titik awal perkembangan radio, khalayak atau pendengar radio memiliki kebutuhan yang besar, khususnya dalam hal memperoleh informasi maupun hiburan.

Dalam konteks yang lebih umum, media massa merupakan hal yang menghubungkan antara manusia dengan sekelilingnya. Hingga abad 20, manusia

telah mengenal pelbagai bentuk media massa. Dimulai dari buku, film, radio hingga televisi. Memasuki abad 21, teknologi internet mengubah banyak hal yang terjadi dalam perkembangan media massa, termasuk di antaranya adalah media radio siaran.

Radio siaran merupakan salah satu bentuk media massa yang membantu manusia untuk memperoleh informasi, juga pengetahuan. Tidak hanya itu saja, media massa juga memberikan hiburan untuk manusia. Kehadiran teknologi komunikasi memberikan beberapa perubahan pada perkembangan media radio siaran. Salah satu yang mengalami perubahan dalam perkembangan media radio siaran adalah keberadaan pendengar radio.

Pendengar radio - seperti halnya elemen yang dimiliki oleh media massa tradisional - pada umumnya bersifat pasif. Mereka bersifat masif, heterogen, anonim dan tersebar di mana pun. Elemen media massa lainnya, yakni lembaga media massa tidak pernah mengenal siapa saja pendengarnya (seperti dikutip dari Merrill dan Lowenstein, 1979: 10). Antar pendengar juga tidak saling mengenal satu dengan yang lain. Dengan kata lain, pendengar radio bersifat anonim. Selain itu, pesan yang disampaikan oleh siaran radio bersifat selintas dan tidak dokumentatif.

Berkecenderungan dengan kehadiran teknologi komunikasi, maka lembaga media massa mulai dapat mengenali pendengarnya. Demikian pula yang terjadi pada lembaga radio siaran. Pendengar siaran radio yang tadinya anonim, mulai dapat dikenali oleh lembaga media massa. Seperti halnya yang dilakukan oleh Radio Suara Surabaya yang bersiaran pada frekuensi 100 FM, para *gatekeeper* mencatat

data pendengar, seperti nama, alamat serta nomor telepon pendengar yang melakukan aktivitas menelepon, maupun mereka yang mengirimkan informasi melalui WhatsApp (Observasi 6 Desember 2018).

Apa yang awalnya menjadi ciri khas pendengar radio, yakni anonim mulai mengalami pergeseran secara signifikan. Pendengar radio siaran - termasuk di antaranya juga terjadi di Radio Suara Surabaya - tidak lagi sepenuhnya bersifat anonim.

Radio siaran merupakan salah satu jenis media massa yang mengalami perkembangan pesat pada abad 20, khususnya saat terjadi Perang Dunia II yang berlangsung pada 1939-1945. Radio siaran kala itu dianggap banyak membantu pendengar terkait situasi yang terjadi di medan peperangan. Keluarga-keluarga yang ditinggalkan oleh anggotanya untuk berperang dapat memperoleh informasi terkini sehubungan dengan situasi yang terjadi di medan peperangan. Starkey dan Crisel (2009: 6) mencatat itulah saat pertama kali teknologi radio siaran dianggap dapat memenuhi kebutuhan informasi yang bersinggungan dengan peperangan. Pada era ini, jurnalisme radio disebut-sebut mengalami pendewasaan.

Sebelumnya, pada masa awal kelahiran radio siaran, fungsi penyebaran informasi merupakan fungsi awal yang diemban oleh radio siaran. Pada tahun 1920, radio siaran di Amerika Serikat melaporkan peristiwa pemilihan Presiden Amerika Serikat. Publik di Amerika Serikat mendapatkan informasi terkini yang menyangkut proses pemilihan presiden melalui radio siaran (Passante, 2008: 128).

Tak beda jauh, di Indonesia, radio siaran awalnya lebih mengutamakan fungsinya sebagai penyebar informasi. Meski demikian, menurut Djuroto

2007:33) kelahiran radio siaran di Indonesia bermula dari kekhawatiran Belanda sehingga memandang perlu hadirnya radio siaran di tanah jajahannya itu. Tahun 1925, didirikanlah radio siaran pertama kali dengan nama Batanaische Radio Vereeniging (BRV) di Batavia (sekarang Jakarta).

Abas dalam Atmadja dan Ariani (2018: 129) menyebutkan bahwa selanjutnya radio siaran mengalami perkembangan dan menyatu dengan perjuangan bangsa Indonesia untuk melawan penjajahan Belanda. Beberapa radio siaran yang tercatat sebagai radio perjuangan adalah Radio Pemberontakan di Surabaya, Radio Gelora Pemuda di Madiun, Radio Perjuangan di Semarang dan beberapa lainnya.

Pada masa kemerdekaan Republik Indonesia, radio siaran juga memegang peran yang sangat besar. Hill (2010: 34) mencatat bahwa Mohtar Lubis, seorang wartawan Indonesia pada masa kemerdekaan, terus memantau radio siaran asing sehingga ia memperoleh informasi bahwa Jepang telah menyerah pada tentara Sekutu pada 15 Agustus 1945. Mendengar hal itu, Lubis meneruskan informasi tersebut pada *founding fathers* Indonesia yang kemudian bersegera mempersiapkan kemerdekaan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Sejak saat itu, keberadaan radio siaran juga tidak dapat dipisahkan dari keseharian hidup masyarakat Indonesia. Pemilik radio siaran di Indonesia berkumpul di Gang Mentang Kecil Jakarta pada 11 September 1945 dan bermufakat mendirikan radio siaran di Indonesia dengan nama Radio Republik Indonesia. Konten yang disampaikan melalui siaran RRI adalah pendidikan, penerangan dan hiburan (2007:41).

Pendengar radio di Indonesia semakin lekat pada eksistensi radio siaran. Pendengar radio tak lagi hanya membutuhkan konten informasi, melainkan juga membutuhkan konten hiburan yang diberikan oleh radio siaran. Seiring dengan perkembangan radio dari masa ke masa, maka siaran radio lantas lebih banyak memberikan hiburan dibandingkan informasi, khususnya pada masa Orde Baru. Masduki (2001: 1) mencatat bahwa pada masa Orde Baru, siaran radio sarat dengan materi hiburan dan sekadar menjadi teman pelepas lelah. Hal ini terjadi karena pada masa Orde Baru, pemerintah cukup banyak mengintervensi materi siaran sehingga ada kesan bahwa radio - khususnya Radio Republik Indonesia - merupakan perpanjangan tangan pemerintah Orde Baru (Bakhtiar, 2006: 112). Oleh pemerintah masa Orde Baru, radio siaran swasta tidak mendapat perkenan untuk memproduksi materi informasi. Dengan demikian, radio siaran swasta - secara keseluruhan - lebih berfungsi sebagai sarana hiburan bagi pendengarnya, baik melalui musik maupun drama radio.

Memberikan hiburan maupun menyampaikan informasi merupakan fungsi radio siaran sebagai bagian dari media massa. Harold Lasswell, mendefinisikan tiga fungsi media massa yakni penjagaan lingkungan yang saling mendukung; keterkaitan berbagai komponen masyarakat agar dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan, serta sebagai pengalihan warisan sosial (Starkey dan Crisel, 2009: 6). Sedangkan Wilbur Schramm - ahli komunikasi lainnya - menyederhanakan fungsi media massa tersebut menjadi penjaga, forum dan guru. Bersama beberapa pakar komunikasi lainnya, Schramm menambahkan satu fungsi lagi untuk media massa, yaitu fungsi hiburan (Rivers dkk, 2004: 34).

Nugroho dan Herlina dalam Atmadja dan Ariani (2018: 129) mencatat radio siaran tidak semata-mata berjaya karena fungsi hiburan, melainkan juga terkait dengan gaya hidup dimana pada masa itu. Ia mencatat situasi dimana radio transistor warna warni menjadi gaya hidup anak muda, yang dapat dibawa kemana pun sambil pacaran.

Dalam konteks hukum, Undang-Undang Republik Indonesia No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran pada Bab 1 Pasal 1 ayat 3 menyuratkan bahwa penyiaran radio adalah media komunikasi massa dengar, yang selanjutnya menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan. Terkait dengan fungsinya, maka UU RI No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran pada Bab 1 Pasal 4 menjelaskan fungsi siaran radio, yakni sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, sebagai kontrol dan perekat sosial, serta memiliki fungsi ekonomi dan kebudayaan.

Di Indonesia, radio siaran mengalami perkembangan yang cukup pesat, baik dalam hal penyampaian informasi, apalagi dalam menjalankan fungsinya memberikan hiburan. Sebagian besar pendengar radio di Indonesia memanfaatkan media radio untuk mendapatkan hiburan. Meski demikian, semua stasiun radio swasta juga diwajibkan untuk menyampaikan informasi. Berkaitan dengan pelaksanaan fungsi informasi tersebut, maka stasiun radio itu harus terhubung dengan program siaran berita yang dikelola oleh Radio Republik Indonesia (RRI) untuk menyiarkan informasi dalam bentuk berita, seperti halnya disebut oleh Masduki (2001). Dengan demikian, program berita hanya diproduksi oleh lem-

baga pemerintah, yang dalam hal ini adalah RRI (Radio Republik Indonesia). Sedangkan radio siaran swasta hanya melakukan *relay* (turut menyiarkan sebuah program yang disiarkan radio siaran lain pada waktu yang bersamaan) pada saat menyiarkan program berita.

Tatkala pemerintah Orde Baru tumbang, maka sistem *relay* yang diberlakukan oleh stasiun radio dalam menyiarkan berita tidak lagi dilakukan. Stasiun radio siaran swasta tidak lagi dikekang dalam mengelola serta menyiarkan informasi berita. Sejak itu pula maka radio siaran swasta bebas dalam memproduksi informasi.

Fungsi informasi yang dilakukan oleh radio siaran di Indonesia mulai menjamur sejak keran reformasi dibuka pada tahun 1998. Jonathans (2006: 100), CEO Radio Suara Surabaya, dalam sebuah karya tulisnya menegaskan bahwa hanya media radio yang dengan sigap menangkap momentum reformasi tahun 1998. Media massa lain, seperti surat kabar, televisi maupun media daring (*online*) juga berlomba-lomba di dalam menyampaikan informasi tentang reformasi tersebut, namun media radiolah yang dengan cepat menangkap momentum itu. Selepas dari peristiwa reformasi tahun 1998 itu, peristiwa apapun yang terjadi di tanah air, terkait dengan politik, ekonomi, sosial dan budaya serta banyak hal lainnya, juga menjadi lahan pemberitaan yang dilakukan oleh pelbagai media massa tersebut. Semuanya berlomba-lomba menjadi media yang paling cepat dalam mewartakan sebuah peristiwa.

Sejak kemunculan televisi, radio lebih sering didengarkan di luar rumah, misalnya di mobil, atau didengarkan sembari melakukan sesuatu, seperti mem-

baca ataupun melakukan tugas keseharian. Disebutkan oleh Rivers, radio menjadi selektif terhadap khalayaknya karena terdesak oleh televisi. Karena itu, radio kini hanya melayani kalangan tertentu saja, misalnya remaja penggemar musik (Rivers dkk, 2004: 304). Meskipun demikian, ada juga radio siaran yang fokus pada penyebaran informasi seperti Radio Suara Surabaya seperti yang telah disebutkan di atas atau Radio Elshinta (Jakarta), Radio Sonora (Jakarta), Radio Andika (Kediri) dan masih ada beberapa lagi yang ada di Indonesia.

Meski demikian, menurut Mirza (2000: 34), dengan pelbagai perubahan dalam hidup masyarakat, dimana masyarakat aktif mengakses informasi dari berbagai sumber, maka pada satu dekade belakangan ini, radio pun mendapatkan tantangan dalam menjalankan fungsinya. Salah satu tantangan radio siaran adalah menurunnya jumlah khalayak. Hal ini juga dialami oleh Radio Suara Surabaya. Hasil wawancara dengan Adi, bagian riset SS, menyatakan bahwa berdasarkan riset AC Nielsen ditemukan bahwa semua radio siaran mengalami penurunan jumlah pendengar (wawancara, 9 Februari 2019).

John Vivian, dalam buku Teori Komunikasi Massa, mengungkapkan keprihatinannya dalam hal jumlah pendengar radio yang disebutkan mulai berkurang (Vivian 2008: 192). Senada dengan Vivian, dalam bukunya Media Massa dan Masyarakat Modern, maka Rivers, Jensen dan Peterson (2004: 21), menegaskan bahwa jangkauan radio cenderung menyempit sehingga yang mampu bertahan adalah stasiun radio yang hanya melayani satu wilayah kecil saja. Tidak jarang, radio mulai mengerucutkan topik bahasan atau spesialisasi, seperti halnya pada majalah. Alasan dilakukannya pengerucutan ini adalah agar radio juga dapat

meraih keuntungan dari para pemasang iklan. Yang dimaksud dengan melakukan spesialisasi adalah radio siaran memberlakukan segmentasi pada pendengar meskipun jumlah pendengar radio masih besar. Fenomena ini disebut demasifikasi.

Radio mengalami demasifikasi sejak awal tahun 1950-an. Format acara yang awalnya didesain untuk khalayak sebanyak mungkin diganti menjadi format program untuk sektor khalayak tertentu (Vivian, 2008: 25). Segmentasi pun terjadi pada sektor usia, sektor pekerjaan, bahkan gender. Di Indonesia sendiri, tidak sedikit stasiun radio yang telah menerapkan hal ini. Ada beberapa stasiun radio yang mengambil spesialisasi segmen anak muda (misal Hard Rock FM, EBS FM di Surabaya); ada juga yang mengambil spesialisasi profesional (misal PAS FM di Surabaya, Sindo Trijaya FM di Jakarta); ada juga yang mengambil spesialisasi segmen perempuan (misalnya, SHE Radio FM di Surabaya, FeMale Radio di Jakarta dan Medan, Rakosa Female Radio di Yogyakarta, Radio Kosmonita Malang); dan masih banyak spesialisasi lainnya.

Hal yang sama - spesialisasi - dialami pula oleh Radio Suara Surabaya. Namun sejak awal kemunculannya pada 1983, Radio Suara Surabaya langsung memilih untuk berada di jalur informasi meski saat itu penyampaian informasi dimonopoli oleh pemerintah Orde Baru. Jurnalistik radio menjadi pilihan manajemen Radio Suara Surabaya dalam bersiaran. Dengan kata lain, berjurnalistik merupakan spesialisasi yang dipilih oleh stasiun radio swasta yang bersiaran di kota Surabaya ini.

Soetojo Soekomihardjo, pendiri Radio Suara Surabaya, dalam sebuah wawancara yang dimuat dalam situsberitasurabaya.net, menyatakan bahwa ia te-

lah memiliki konsep radio berformat berita meski ia sendiri mengakui tidak memahami bagaimana harus mengemas berita radio. Ia menjelaskan bahwa segala konten yang terkait dengan format yang dipilihnya itu diserahkan pada Errol Jonathans, sebagai rekanannya (sumber beritasurabaya.net, diakses 24 November 2018).

Meski menetapkan pilihan pada bidang jurnalistik, Radio Suara Surabaya tetap memutar musik bagi para pendengarnya. Tentu saja secara persentase, musik tidak disiarkan dengan porsi yang lebih besar daripada siaran kata yang dilakukan oleh stasiun radio ini. Dalam kaitannya dengan kinerja jurnalistik, maka Radio Suara Surabaya menunjukkan kecenderungan untuk lebih banyak mengolah siaran kata dalam menyampaikan informasi pada pendengar. Sedangkan musik diputar oleh penyiar radio di sela-sela penyampaian informasi. Salah satu program musik yang menjadi andalan Radio Suara Surabaya adalah program Memorabilia yang memutar lagu-lagu nostalgia (observasi pada Radio Suara Surabaya).

Dalam perkembangan berikutnya, Radio Suara Surabaya tidak hanya menjalankan proses bersiaran – yang berarti menyampaikan informasi searah saja - melainkan juga menerima informasi dari pendengarnya yang kemudian disiarkan kembali untuk didengar oleh khalayak Radio Suara Surabaya lainnya. Hal inilah yang kemudian dikembangkan menjadi konsep *citizen journalism* dimana para pendengar Radio Suara Surabaya juga dapat berpartisipasi untuk menyampaikan informasi yang perlu serta dianggap penting untuk diketahui oleh masyarakat. Namun, tidak semua informasi dari pendengar akan disiarkan secara langsung (*on*

air). Beberapa informasi yang disampaikan pendengar di antaranya ada yang berhenti di *gatekeeper*.

Dalam berpartisipasi menyampaikan informasi, hal yang paling banyak dilakukan oleh pendengar radio adalah melaporkan situasi lalu lintas seperti yang terlihat pada kutipan dialog berikut ini.

Penyiar : Halo Suara Surabaya...
Pendengar : Halo sore
Penyiar : Iya selamat sore
Pendengar : Iya mbak, menyampaikan waktu saya di Undaan....
Penyiar : Dengan siapa ini?
Pendengar : Pak Fredi
Penyiar : Pak Fredi ya? Oke
Pendengar : Di Undaan
Penyiar : Di Undaan
Pendengar : Yang arah ke ITC
Penyiar : Yang arah ke ITC. Ya silakan...
Pendengar : Lalu lintasnya tadi padat, saling serobot
Penyiar : Ya. Ini yang sebelum Pasar Atum itu ya Pak?
Pendengar : Ya, yang sebelum rel kereta lampu merah pertama itu
Penyiar : Harus Anda waspadai kembali sekitar area Pasar Atum. Lalu lintasnya padat dan sekarang sekarang sudah saling serobot.

Kutipan dialog di atas merupakan siaran yang berlangsung di Radio Suara Surabaya pada 12 Desember 2018 (observasi pada Radio Suara Surabaya) antara penyiar dengan salah satu pendengar yang memberikan laporan pandangan mata secara langsung tentang kondisi lalu lintas melalui media telepon. Situasi yang terjadi di atas menunjukkan informasi tidak lagi merupakan properti media massa yang disampaikan pada khalayak. Meski demikian, peneliti tidak membahas perihal konsep *citizen journalism* dalam kajian ini.

Dengan adanya teknologi komunikasi yang baru, maka masyarakat ataupun pendengar radio juga dapat menyampaikan informasi pada khalayak melalui

media massa. Hal inilah yang kemudian disebut dengan konsep *citizen journalist*. Berita maupun informasi yang disampaikan oleh media massa tidak lagi terpaku pada informasi yang diperoleh melalui teknik penelusuran infirmasi yang asap dilakukan oleh para jurnalis profesional. Informasi yang disampaikan oleh masyarakat awam, atau dalam hal ini disebut dengan pendengar radio juga disampaikan melalui radio siaran melalui perangkat teknologi seperti halnya telepon genggam serta jaringan internet.

Perihal keberadaan *citizen journalist* pada Radio Suara Surabaya telah diteliti oleh Desi Yoanita (2013) dengan judul Jurnalisme Warga di Radio Suara Surabaya sebagai Praktik Demokrasi. Masih terkait penelitian terhadap *citizen journalist*, pada tahun 2014, Yoanita dan Lesmana mempublikasikan sebuah jurnal penelitian dengan judul Akurasi dalam Jurnalisme Warga pada Radio Suara Surabaya.

Selanjutnya ada penelitian deskriptif berjudul Motif Pendengar Menjadi Citizen Journalist pada Radio Suara Surabaya yang dilakukan oleh Akbar (2011). Ketiga penelitian di atas mengambil Radio Suara Surabaya sebagai subjek pada penelitian, namun penelitian yang digagas kali ini tidak berkaitan dengan *citizen journalism* yang diusung oleh Radio Suara Surabaya dalam menjalankan kinerjanya, melainkan berfokus pada khalayak atau pendengar Radio Suara Surabaya dikarenakan adanya sebuah fenomena yang menunjukkan bahwa khalayak atau pendengar radio tidak lagi mendengarkan siaran radio secara konvensional, melainkan juga mendengarkan dengan cara yang terkait dengan perkembangan teknologi. Selain itu, adanya penurunan jumlah pendengar radio siaran - seperti

diutar oleh Vivian - juga perlu menjadi pertimbangan bagi radio siaran untuk memahami tipe dari khalayaknya.

Sebagai stasiun radio siaran swasta, Radio Suara Surabaya - di dalam perjalanannya - mengembangkan konsep dimana khalayak dapat berpartisipasi dalam topik yang digagas oleh penyiar radio yang sekaligus menjadi moderator di dalam siaran tersebut. Topik yang dilontarkan oleh penyiar radio biasanya terkait dengan permasalahan publik ataupun permasalahan nasional yang dianggap memiliki dampak cukup signifikan, baik di ranah nasional maupun ranah lokal. Beberapa topik yang menjadi perbincangan adalah pemilihan kepala daerah tahun 2018 atau hal-hal yang terkait dengan kepentingan publik seperti informasi tentang proses pembuatan e-KTP dan sebagainya (observasi pada Radio Suara Surabaya).

Pada satu dekade belakangan ini, media massa - termasuk radio siaran - tidak luput dari hempasan arus teknologi. Artinya, dalam bidang bersiaran pun, radio siaran terkena dampak yang signifikan dari perkembangan teknologi. Mulai dari proses produksi siaran hingga proses siaran radio, semuanya telah tersentuh oleh teknologi. Demikian pula halnya teknologi juga telah menyentuh organisasi media siaran, termasuk pendengar atau khalayaknya.

Perubahan teknologi khususnya perubahan pada media teknologi telah menjadi pendorong utama dari evolusi media. Perubahan tersebut paling sering menjadi alat dalam memindahkan media dari media yang populer atau media massa menjadi sesuatu yang disebut sebagai fase “spesialisasi” (Napoli, 2011: 27). Teknologi yang secara langsung mengenai perkembangan siaran radio adalah internet. Hal ini dipapar oleh Napoli (2011: 5) yang menegaskan adanya eksisten-

si teknologi individual seperti televisi kabel dan internet terus memperluas kapasitas khalayak untuk berpartisipasi dalam mengirimkan konten. Perubahan teknologi – khususnya pada teknologi komunikasi - telah mentransformasi bagaimana, kapan dan dimana khalayak mengonsumsi media. Karenanya, tak dapat dihindari, khalayak juga menjadi salah satu elemen dari media massa yang mengalami evolusi (Napoli, 2011: 4).

Internet merupakan sebuah bagian dari teknologi informasi yang seolah tidak dapat dibendung lagi keberadaannya di dunia, termasuk di Indonesia. Bahkan yang paling menakjubkan adalah jumlah pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan sejak awal keberadaannya di tanah air pada sekitar tahun 1990-an. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 88,1 juta dari 252 juta penduduk Indonesia berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2014. Dengan kata lain, pada tahun 2014 ada 34,9 persen penduduk Indonesia yang menggunakan internet. Angka ini merupakan riset yang dilakukan oleh APJII bersama Puskom UI (<http://www.apjii.or.id>).

Tahun 2017, APJII memberikan data melalui konferensi pers bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 143,26 juta jiwa. Ini berarti mencakup 54,68 persen dari total populasi Indonesia yang mencapai 262 juta jiwa (Setiawan, 2018: par. 1). Melihat angka ini, tak dapat dipungkiri lagi bahwa internet sudah menjadi bagian dari keseharian masyarakat di Indonesia, yang itu berarti meliputi keadaan dimana masyarakat membutuhkan informasi maupun hiburan dan hal itu dapat dipenuhi oleh keberadaan internet.

Pada Januari 2019, penetrasi internet di Indonesia mencapai 56 persen dari seluruh total populasi di Indonesia, yang berarti ada peningkatan penetrasi dari tahun sebelumnya. Angka ini diperoleh dari hasil riset Digital In 2019 (Nistanto, 4 Februari 2019).

Internet juga telah menyentuh kinerja dan perilaku radio dalam bersiaran, yang dimulai dari proses produksi hingga pengelolaan organisasinya. Tidak dapat disangkal lagi bahwa radio siaran merupakan media massa konvensional yang tidak dapat bertahan hidup begitu saja di tengah-tengah hempasan arus teknologi yang semakin keras menghantam kehidupan manusia. Karenanya, media radio pun mulai mendapatkan sentuhan teknologi - dalam hal ini internet - sehingga hal ini membuat radio tetap eksis dan fungsional bagi khalayaknya.

Cordeiro dalam sebuah esai yang ditulisnya tahun 2012 membicarakan perihal perkembangan konvergensi radio di Portugis. Ia menegaskan bahwa industri radio di Portugis berusaha untuk lebih berbasis pada *web* dan bisnis multimedia (hal. 492). Peneliti mengasumsikan bahwa hal tersebut dilakukan oleh industri radio siaran di Portugis untuk mengimbangi keberadaan internet yang dengan cepat menjadi primadona media massa. Dengan demikian, industri radio siaran tidak akan serta merta ditinggalkan oleh pendengarnya, seperti halnya yang telah dikhawatirkan oleh Vivian (2008: 192).

Seperti halnya yang terjadi pada awal perkembangan radio siaran, maka khalayak atau pendengar radio dapat mendengarkan siaran radio selaras dengan batasan spektrum frekuensi radio yang diatur dalam UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran pasal 1 ayat 8 yang menyatakan bahwa spektrum frekuensi radio

adalah gelombang elektromagnetik yang dipergunakan untuk penyiaran dan gelombang itu merambat di udara serta ruang angkasa tanpa sarana penghantar buatan, serta merupakan ranah publik dan sumber daya alam terbatas.

Spektrum frekuensi radio ini juga dibatasi oleh negara seperti termaksud dalam UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran Bab III Pasal 6 ayat 2 yakni dalam sistem penyiaran nasional sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), negara menguasai spektrum frekuensi radio yang digunakan untuk penyelenggaraan penyiaran guna sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Frekuensi radio juga dibatasi dalam area tertentu, sehingga pada jarak tertentu pendengar tidak dapat lagi mendengarkan siaran radio yang dimaksud. Hal ini menunjukkan bahwa pendengar radio tidak hanya terbatas oleh waktu dikarenakan sifat siaran radio yang selintas, melainkan juga terbatas oleh ruang.

Dengan adanya teknologi internet, tak dapat dihindarkan lagi, radio siaran juga masuk di dalam pusaran perkembangan teknologi internet tersebut. Radio tak hanya bersiaran melalui medium radio seperti biasanya, melainkan juga bersiaran dengan menggunakan teknologi internet. Maka, khalayak radio pun tak hanya berkuat pada pendengar yang menggunakan medium radio belaka. Internet juga menjadi medium pendengar radio. Maka, jarak tak lagi membatasi radio dalam bersiaran. Dengan kehadiran internet, pendengar radio tidak lagi terbatas pada spektrum frekuensi radio seperti halnya yang terkandung dalam UU Penyiaran tersebut.

Masih dalam kaitannya dengan keberadaan teknologi komunikasi, menurut Siregar (2001, 179-180), pada era informasi sekarang ini, masyarakat

menjadi lebih interaktif dalam kapasitasnya untuk mendapatkan informasi. Yang dimaksud dengan interaktif di sini adalah di dalam hal memperoleh informasi, masyarakat tidak hanya diam saja atau menunggu hingga informasi itu hadir untuk mereka. Karenanya, untuk memenuhi kebutuhan informasi, masyarakat merujuk pada keberadaan pelbagai media. Bisa jadi pendengar radio tidak lagi hanya merujuk pada pesawat radio untuk memperoleh informasi melalui siaran radio, melainkan sangat memungkinkan bila pendengar radio memperoleh informasi dari media daring maupun media sosial yang dikelola oleh lembaga radio siaran tersebut. Selain itu, sebaliknya, pendengar radio bukan hanya mencari informasi melalui pelbagai media untuk memenuhi kebutuhannya, tetapi masyarakat juga memiliki upaya untuk menyampaikan informasi melalui media massa. Dengan kata lain, khalayak radio bisa juga sekaligus menjadi penyampai pesan atau informasi kepada publik atau khalayak lainnya. Hal ini sangat dimungkinkan dengan adanya teknologi komunikasi.

Khalayak merupakan salah satu faktor dalam radio siaran yang tidak luput dari perkembangan teknologi. Sebelum adanya perkembangan teknologi masuk pada industri radio, maka yang disebut khalayak adalah pihak yang seratus persen merupakan penerima pesan atau informasi yang disampaikan oleh radio siaran. Khalayak radio pada umumnya disebut pendengar karena yang dilakukan oleh khalayak radio hanyalah mendengarkan. Namun, dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi, Witscghe (dalam Lee-Wright dkk, 2012: 117) menegaskan bahwa hubungan antara produsen dan konsumen berita mengalami perubahan secara mendasar. Khalayak tak lagi sekadar menjadi konsumen berita, melainkan

telah menjadi produsen berita dengan cara turut berpartisipasi dalam menyampaikan peristiwa yang mereka alami. Demikian pula yang terjadi pada khalayak radio.

Menurut Denis McQuail (1997, 3, 5), istilah khalayak sudah dikenal secara lembaga sejak dua ribu tahun lalu. Khalayak di masa klasik terpatok pada tempat dan waktu. Konsep khalayak tidak lagi terikat pada tempat dan waktu setelah munculnya buku serta film dan bioskop. Munculnya televisi dan radio membuat konsep khalayak lebih luas karena angkanya yang jauh lebih besar sehingga khalayak tidak bisa diamati dan dicatat. Dengan perkembangan teknologi komunikasi - yang ditandai dengan kehadiran internet - maka tak dapat dihindari lagi khalayak telah melewati jarak legal dari frekuensi siaran yang disebut dalam UU Penyiaran. Tak ada lagi batasan bagi para pendengar radio. Khalayak radio telah masuk pada konsep *borderless*. Di sini dapat dikatakan bahwa khalayak radio telah mengalami transformasi, yang tadinya berada pada jarak tertentu, lantas dengan adanya internet, maka khalayak tidak lagi terbatas pada jarak jangkauan frekuensi radio siaran.

Dalam situs suarasurabaya.net (16 Juni 2008) tercatat salah seorang pendengar menyatakan, “Saya suka mengakses radio lewat situs apalagi jika saya berada di luar kota atau luar negeri. Kalau sudah kangen Surabaya ya tinggal klik suarasurabaya.net.” Ini menunjukkan bahwa khalayak radio tidak lagi dibatasi oleh frekuensi pada saat mendengarkan isi siaran radio. Dengan adanya perkembangan siaran radio seperti yang telah dijelaskan di atas, maka tipe khalayak serta

merta mengalami pergeseran, disebabkan situasi yang tidak sama lagi, salah satunya disebabkan adanya teknologi komunikasi.

Merril dan Lowenstein (1979: 107) mencatat bahwa khalayak dibagi menjadi dua tipe. Yang pertama ada *general public audience*, sedangkan yang kedua adalah *specialized audience*. Tipe pertama menunjukkan bahwa khalayak tidak memiliki perasaan yang sama dengan khalayak lainnya. Terhadap media massa, khalayak memahaminya sebagai hal yang bersifat individu. Hal ini tampak pada bagaimana radio siaran memperlakukan khalayaknya, yakni memiliki sifat personal. Sudibyo (2004: 168) menyatakan radio merupakan media yang bersifat personal (*personal medium*). Ditegaskan lagi oleh Yulia (2010: 68), bahwa radio siaran memiliki kekuatan dalam hal komunikasi yang bersifat personal.

Sedangkan yang dimaksud dengan tipe kedua adalah meskipun khalayak tipe ini tersebar luas, anonim (tidak mengenal satu sama lain), dan juga heterogen, namun khalayak ini memiliki kepentingan atau orientasi yang sama. Dengan demikian, mereka merasa menjadi anggota dari khalayak yang sama.

Berbeda konsep dengan Merril dan Lowenstein, dalam catatan McQuail, khalayak dibagi menjadi tiga model, yaitu khalayak sebagai target, khalayak sebagai partisipan dan khalayak sebagai pengamat. Pada model pertama, proses komunikasi dianggap sebagai pengirim pesan untuk memengaruhi khalayak. Misalnya dalam hal pendidikan, kampanye informasi publik, serta beberapa jenis iklan.

Model kedua disesuaikan dengan model ritual yang digagas oleh Carey (1975) bahwa komunikasi didefinisikan dalam kata berbagi dan berpartisipasi.

Dalam pandangan Carey, komunikasi tidak diarahkan pada pemeliharaan masyarakat melainkan pada situasi untuk berbagi keyakinan. Sikap khalayak cenderung memiliki komitmen satu sama lain. Model ketiga muncul saat sumber mengirimkan informasi untuk menangkap perhatian khalayak. Perhatian khalayak di sini diukur dari peringkat sehingga dapat dialihkan menjadi kapital dalam bentuk berlangganan maupun pembayaran dari pengiklan (McQuail, 1997: 41).

Masih bersumber dari buku yang sama, McQuail (1997: 20-24) menegaskan ada beberapa isu yang timbul dari penelitian khalayak. Isu yang pertama adalah perihal penggunaan media sebagai permasalahan sosial. Isu kedua terkait dengan apakah khalayak harus diperlakukan sebagai kelompok sosial atau sebagai individu yang terisolasi? Sedangkan isu ketiga dalam pandangan McQuail perihal khalayak adalah perilaku khalayak aktif atautkah pasif. Isu keempat yang dibahas dalam penelitian khalayak adalah alternatif persepsi pemirsa. Sedangkan isu kelima yang muncul adalah adanya implikasi teknologi media baru. Penelitian ini berfokus pada penelitian terhadap khalayak yang dikaitkan dengan beberapa isu seperti menentukan tipologi khalayak yang juga berhubungan pada adanya implikasi teknologi media baru (konvergensi media) sebagaimana yang terjadi pada proses bersiaran Radio Suara Surabaya, yang di dalamnya juga bersentuhan dengan kehadiran ruang publik.

Berkaitan dengan khalayak (pendengar) radio, Siregar (2001, 179-180) menegaskan adanya tiga pandangan yang berbeda dalam melihat radio siaran. Pertama, adanya anggapan bahwa radio dapat memengaruhi sikap dan perilaku khalayaknya. Kedua, adanya pandangan yang justru meragukan kekuatan media

massa untuk mengubah sikap dan perilaku karena keterbatasan dalam menyentuh aspek pengetahuan khalayaknya. Yang ketiga adalah adanya pandangan yang menempatkan media massa - dalam hal ini adalah radio - sebagai institusi yang melayani kebutuhan khalayak akan informasi. Penelitian ini menyentuh anggapan yang pertama – dalam pemikiran Siregar – namun tidak serta merta meneliti pengaruh radio siaran terhadap sikap dan perilaku khalayak radio, melainkan lebih berfokus pada bagaimana tipologi khalayak Radio Suara Surabaya dalam konteks bersiaran yang menyentuh teknologi komunikasi.

Seperti halnya yang diungkapkan oleh John Vivian perihal keprihatinannya dalam hal jumlah pendengar radio yang mulai berkurang, peneliti lainnya, Baran juga menyatakan bahwa radio perlu berjuang dalam hal menjaga hubungan dengan khalayaknya. Menurutnya, pertumbuhan khalayak radio stagnan atau tidak kemana-mana (2012: 179). Itu sebabnya, radio siaran jelas perlu berbenah diri agar dapat terus bertahan. Salah satunya adalah melibatkan khalayak dalam proses penyampaian informasi. Keberadaan teknologi komunikasi dianggap dapat dan tepat dalam proses pelibatan khalayak. Perihal ini dijelaskan lebih lanjut pada paragraf dan halaman selanjutnya.

Sebelumnya, informasi merupakan properti media massa yang disampaikan kepada khalayak. Namun, dengan adanya teknologi baru maka khalayak pun dapat menyampaikan informasi pada khalayak lainnya melalui media massa. Hal ini yang acap disebut dengan *citizen journalism* (jurnalisme warga). Berita atau informasi yang diturunkan oleh media massa tidak lagi terpaku pada informasi yang disampaikan oleh jurnalis profesional, melainkan juga pada informasi

yang diberikan oleh khalayak. Informasi yang disampaikan oleh khalayak telah menggunakan perangkat teknologi, seperti telepon genggam maupun melalui jaringan internet. Khalayak akan menyampaikan peristiwa yang terjadi pada media massa yang nantinya akan menyebarluaskan informasi tersebut.

Pelbagai aplikasi dalam internet sangat memungkinkan untuk dipergunakan oleh penggunanya dalam menyampaikan (maupun mendengarkan) informasi. Khalayak dapat mendengarkan siaran radio melalui laptop, telepon genggam maupun peralatan lainnya selama mereka terhubung dengan internet. Keterhubungan khalayak atau khalayak dengan internet dalam mengonsumsi media massa konvensional ini disebut dengan konvergensi media. Fidler (2003, 39) mencatat, ketika konsep ini dipopulerkan pertama kali pada tahun 1979 oleh Nicholas Negroponte, tidak banyak orang yang memiliki pengertian tentang apa yang dimaksud dengan konvergensi media.

Belakangan, konvergensi media mendapatkan pelbagai definisi. Preston (2011: 27) menyebutnya sebagai fenomena penyatuan atau perpaduan teknologi informasi dan komunikasi, media massa dan media komunikasi konvensional ini sebagai proses konvergensi media. Quandt dan Singer dalam Wahl-Jorgensen (2009: 131) menyebutkan pendekatan konvergensi menghasilkan konten yang bersifat paralel dan diperuntukkan dua media, dimana salah satu media tersebut berbentuk digital. Sedangkan menurut Henry Jenkins, seorang guru besar dari Annenberg School of Communication, University South California (dalam Hariyanto, 2014, 210-211), konvergensi media dipahami sebagai proses berkelanjutan

yang terkait dengan keberadaan dua atau lebih media, dimana salah satunya merupakan media internet.

Dari semua definisi yang dipaparkan di atas, maka yang dimaksud dengan konvergensi media adalah perpaduan dari dua atau lebih bentuk media massa, dimana salah satunya berbentuk digital atau internet. Perpaduan media yang berbasis pada teknologi internet ini tidak hanya berujung pada perubahan penggunaan media maupun teknologi saja, melainkan juga pada perubahan perilaku manusia dan juga budaya.

Cordeiro menyebutkan bahwa konvergensi media memungkinkan media komunikasi linear mengalami perubahan. Media massa dalam era konvergensi tidak hanya bekerja pada model komunikasi *one to many* tapi juga mengarah pada model komunikasi *one to one*, *many to one* maupun model komunikasi *many to many*. Dengan model komunikasi seperti ini memungkinkan adanya percakapan antar para pendengar radio melalui jaringan internet (2012: 498).

Pavlik dan McIntosh (2004: 21) menegaskan definisi tentang konvergensi masih simpang siur, namun konvergensi telah mengubah sifat dari komunikasi massa. Mereka menyebut konvergensi media sebagai implikasi dramatis yang terarah pada empat wilayah, yakni pada pesan dalam komunikasi, pada hubungan antara organisasi media dan khalayaknya, pada struktur organisasi media serta pada bagaimana profesional media menjalankan kinerja mereka. Hal ini tidak hanya terjadi di Amerika Serikat – tempat dimana buku ini ditulis – melainkan juga bisa terjadi di mana saja – juga di Indonesia - mengingat teknologi internet kini tidak hanya dimiliki oleh Amerika Serikat saja. Artinya, konvergensi media

yang terjadi pada media massa di Indonesia sangat mungkin mengalami implikasi serupa sebagaimana halnya yang telah dialami oleh institusi media konvensional yang ada di Amerika Serikat.

Dengan menggunakan teknologi internet, radio siaran tidak hanya menyampaikan informasi melalui media radio, melainkan juga melalui jaringan internet yang ini berarti terjadi perubahan pada pola proses penyampaian pesan serta pola khalayak atau pendengar dalam mengonsumsi informasi melalui radio. Dalam bukunya, White dan Barnas (2010: 258) menyebutkan bahwa berita atau informasi yang disampaikan oleh radio dapat direkam pada *hard drive* dalam bentuk *file* sehingga dapat dipindahkan dengan mudah pada situs jejaring dari radio tersebut. Menurut Terry Volkwyn, CEO Primedia Broadcasting, perubahan teknologi dan konvergensi telah menjadi pelengkap terbesar dan mungkin menjadi salah satu hal terbaik yang telah terjadi pada bidang radio siaran (Sharim, 2012).

Paxson (2010: 77) mencatat di Amerika Serikat ada 90 persen remaja yang mendengarkan siaran radio terrestrial setiap minggu. Selain itu, orang-orang yang berusia 25 tahun ke atas lebih suka mendengarkan radio dibandingkan remaja. Nielsen dalam laporannya tahun 2016 menyatakan bahwa ada 4 (empat) dari 10 orang pendengar radio mendengarkan siaran radio dengan menggunakan perangkat yang lebih personal, yakni telepon genggam (*mobile phone*) (Lubis, 2016: par. 7).

Beberapa stasiun radio di Indonesia juga telah bersiaran dengan menggunakan konvergensi media. Salah satunya adalah Radio Suara Surabaya (Radio SS). Radio siaran ini merupakan stasiun radio swasta yang berkedudukan

di Surabaya dan mengandalkan siaran kata dengan menyampaikan informasi seputar kota Surabaya dan sekitarnya. Sebagai media massa lokal - yang bersiaran dengan frekuensi tertentu - tentu saja sebagian besar pendengarnya adalah masyarakat kota Surabaya. Tetapi dalam kenyataannya, tidak menutup kemungkinan Radio SS juga didengarkan oleh khalayak yang berada di luar negeri, dikarenakan Radio SS telah terhubung dengan jaringan internet sehingga siaran itu dapat didengarkan melalui situs jaringan www.suarasurabaya.net. Hal ini ditunjukkan pada gambar I.1.



Gambar I.1. *Screenshot* yang menunjukkan bahwa Radio Suara Surabaya dapat didengarkan secara *streaming*
 Sumber: www.suarasurabaya.net (diakses tanggal 14 Februari 2018)

Keberadaan siaran radio yang terhubung dengan teknologi internet mengubah konteks eksistensi media. Napoli (2011: 9) menyatakan bahwa lingkungan media semakin interaktif. Hal ini menjadikan konsep khalayak, baik secara umum maupun hanya pada khalayak radio siaran, menjadi lebih kuat dan lebih memiliki keberagaman.

Yang paling tampak adalah keberadaan khalayak yang juga turut ambil bagian dalam menuturkan atau membagikan konten media seperti halnya yang

dilakukan oleh pendengar siaran Radio Suara Surabaya, misalnya melaporkan kehilangan, atau melaporkan situasi lalu lintas.

Seperti halnya pada Gambar I.2 yang menunjukkan bahwa salah seorang pendengar Radio Suara Surabaya menyampaikan informasi bahwa akun beberapa media sosialnya telah di-*hack* oleh orang tak dikenal yang kemudian berujung pada penipuan. Informasi tersebut disampaikannya melalui akun media sosial (Facebook) Suara Surabaya.



Gambar I.2. Informasi yang disampaikan oleh pendengar di akun media sosial Radio Suara Surabaya

Sumber: *screenshot* akun Facebook Radio Suara Surabaya, E100 (diakses 13 Februari 2018)

Selain itu, ada pula khalayak yang menyampaikan informasi perihal situasi jalan tol Pandaan-Malang. Akun tersebut melalui media sosial Twitter menandai (*mention*) akun SS @e100SS mengingatkan pendengara lain untuk berhati-hati. Salah satunya seperti terlihat pada Gambar I.3. Umumnya, twit dari khalayak (dalam hal ini adalah *follower* akun @e100SS, akan di twit silang (*re-tweet*) oleh admin Twitter SS agar dapat dibaca oleh khalayak lainnya



Gambar I.3. Informasi yang disampaikan oleh pendengar di akun media sosial Radio Suara Surabaya
 Sumber: screenshot akun Twitter Radio Suara Surabaya, @e100ss (diakses 22 Desember 2018)

Informasi yang disampaikan oleh khalayak dalam proses siaran Radio SS tak hanya ada pada seputar laporan lalu lintas maupun laporan kehilangan belaka. Beberapa khalayak juga menyampaikan pendapat atau opini mereka perihal sebuah peristiwa, baik yang dialami sendiri maupun yang dialami oleh khalayak lainnya. Tak dapat dipungkiri lagi, siaran radio juga telah membawa konsep ruang publik dalam proses bersiaran. Dalam sebuah penelitian yang pernah dilakukan oleh Maliza (2013: xiii) dinyatakan bahwa Radio Suara Surabaya dengan sengaja memanfaatkan ruang publik yang dimilikinya untuk menekan pemerintah dan *stake holders*.

Ada kalanya SS juga mem-*posting* informasi untuk dijadikan sebagai agenda wacana dari masyarakat. Misalnya saja informasi perihal keberadaan MRT di Surabaya (gambar I.4). Topik ini disampaikan oleh SS pada 29 Maret 2019 dan mendapatkan respon *re-tweet* sebanyak 30 kali dengan 101 *likes* pada 1 April 2019 pukul 22.06 WIB. Selain itu, tak sedikit akun *twitter* lain yang membalas cuitan Suara Surabaya perihal keberadaan MRT di kota Surabaya ini. Hal ini menjadikan Radio SS membuka peluang untuk menjadi ruang publik sebagaimana pernah digagas oleh Jurgen Habermas.



Gambar I.4. Topik yang disampaikan oleh SS di akun media sosial
 Sumber: screenshot akun Twitter Radio Suara Surabaya, @e100ss
 (diakses 30 Maret 2019)

Ruang publik yang digagas oleh Jurgen Habermas tidak terlepas dari pemikiran tentang isu demokrasi yang menurutnya harus dikontrol oleh publik.

Dalam pandangannya, negara hukum perlu disambungkan dengan ruang publik. Dengan demikian, proses deliberasi politik maupun proses legislasi secara langsung maupun tidak langsung melibatkan warga negara (Menoh, 2015: 21).

Menoh dalam bukunya (2015: 86) menegaskan bahwa ruang publik merupakan arena dimana perdebatan publik terjadi. Wattigen (dalam Menoh, 2015) menjelaskan ruang publik harus netral dari intervensi dalam bentuk apapun. Karenanya, ada dua persyaratan ruang publik, yakni bebas dan kritis. Sedangkan menurut Adams, mengutip Habermas, menjelaskan ruang publik merupakan arena dimana argumentasi terjadi. Karenanya, ruang publik tidak dapat diklaim sebagai teritori oleh tradisi apapun. Sebaliknya, ruang publik sepatutnya menjadi penyatuan yang mendamaikan konflik serta perbedaan yang tak dapat diselesaikan. Ruang publik juga sepatutnya melindungi pluralisme budaya, kelompok sosial dan yang terpenting adalah memobilisasi komunikasi para warga yang berbeda keyakinan sehingga tercipta saling pengertian dan saling belajar (Menoh, 2015: 87-88).

Program siaran di radio merupakan sebuah ruang publik. Karakter radio yang interaktif diimbuh dengan muatan jurnalistik menjadikan program siaran radio sebagai ruang publik bagi masyarakat (Effendy, 2014: 1). Dikaitkan dengan kinerja jurnalistik yang dilakukan Radio Suara Surabaya yang menggagas topik untuk dibicarakan oleh pendengar radio dalam program siaran mereka, maka program siaran ini dapat disebut sebagai ruang publik. Khalayak atau pendengar radio dapat bersoal jawab, berdialog, menyatakan pendapat dalam program siaran yang digagas tersebut seperti halnya yang disampaikan melalui observasi penulis pada halaman 1 dan halaman 14.

Hal ini juga ditegaskan oleh visi Radio Suara Surabaya yang menjadi sumber pemberdayaan dan kegiatan demokratisasi masyarakat, melalui usaha kegiatan media massa yang mengikuti perkembangan teknologi komunikasi dan telekomunikasi (www.suarasurabaya.net). Apa yang tercantum pada visi dan misi menunjukkan bahwa Radio Suara Surabaya memiliki satu harapan yakni khalayak radio tidak sekadar menjadi pendengar pasif, melainkan juga berperan aktif dalam penyampaian informasi. Meski demikian, informasi yang disampaikan melalui Radio Suara Surabaya bukanlah satu-satunya pesan yang dijadikan sebagai narasi yang dipergunakan sebagai bahan untuk berdialog pada radio siaran. Radio SS juga memiliki beberapa *agenda setting* dalam menyetengahkan topik-topik tertentu yang dibawakan oleh penyiar yang sedang bertugas saat itu.

Sebagai stasiun radio swasta, Radio Suara Surabaya - dalam perjalanannya - mengembangkan konsep dimana khalayak dapat berpartisipasi dalam topik yang digagas oleh penyiar radio yang sekaligus menjadi moderator dalam siaran tersebut. Topik yang dilontarkan oleh penyiar radio biasanya terkait dengan permasalahan publik ataupun permasalahan nasional yang dianggap memiliki dampak signifikan, baik di ranah nasional maupun ranah lokal, misalnya perihal sepak terjang Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) yang bekerja tidak hanya di tingkat pusat, melainkan juga turba (turun ke bawah) (wawancara Silvy Agustina, penyiar Radio SS, Desember 2018).

Penelitian ini fokus pada pendengar Radio Suara Surabaya yang dimana radio ini sejak awal pendiriannya telah menempatkan diri untuk melakukan praktik jurnalisme radio (BH, 2010: vii). Ini yang membedakan Radio Suara Surabaya

dibandingkan dengan radio siaran lain di Indonesia. Selain itu, misi Radio Suara Surabaya seperti yang tercantum dalam situs www.suarasurabaya.net menyebutkan Suara Surabaya merupakan perusahaan media massa yang dituntut berkembang dengan mengandalkan kemajuan teknologi komunikasi dan telekomunikasi, juga menyelenggarakan pemberdayaan proses demokratisasi masyarakat.

Seperti telah disebutkan sebelumnya, konsep khalayak telah digagas sebelumnya oleh banyak ahli. Mereka memang tidak secara tegas menunjukkan konsep khalayak dalam balutan istilah tipologi. Sebagian besar dari mereka menyatakan konsep khalayak dalam istilah karakteristik. Meski demikian, peneliti memilih untuk menggunakan istilah tipologi dalam melihat karakteristik yang ada pada khalayak Radio Suara Surabaya untuk menjelaskan perihal keterlibatan mereka, dan juga peran mereka dalam konteks ruang publik yang dibangun dalam proses bersiaran Suara Surabaya.

Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana khalayak dari stasiun radio tersebut dalam kaitan dengan perkembangan teknologi komunikasi serta berproses dalam demokratisasi yang disebut sebagai salah satu misi Radio Suara Surabaya. Dengan demikian, penelitian ini merupakan penelitian yang mengkaji khalayak media massa dalam proses demokratisasi masyarakat, sebagaimana yang dimaksud dalam misi Radio Suara Surabaya, dalam hubungan dengan keberadaan teknologi komunikasi yang terus merangsek masuk dalam hampir seluruh lini proses bersiaran maupun dengan keberadaannya sebagai pembawa narasi bagi masyarakat di dalam lingkup ruang publik.

Sebuah penelitian yang mengkaji perihal tipologi khalayak Radio Suara Surabaya pernah dibahas oleh Tri Martha Herawati (2007) dengan menggunakan metode fenomenologi. Namun yang membedakan penelitian Herawati dengan penelitian ini adalah pada penelitian Herawati tidak mengkaji perihal ruang publik yang menjadi poin penting dalam penelitian ini. Selain itu, penelitian ini menggunakan metode penelitian yang berbeda dengan yang dilakukan oleh Herawati, yakni menggunakan metode studi kasus.

Kajian khalayak atau khalayak media massa merupakan salah satu kajian yang dilakukan dalam penelitian media massa. Meski demikian, tak dapat dihindari, khalayak merupakan faktor penting bagi kelangsungan sebuah media massa, termasuk radio siaran. Tanpa adanya khalayak, maka radio siaran juga tidak dapat terus bertahan hidup di tengah gempuran media massa lain. Ida (2011: 28) menyatakan bahwa studi tentang khalayak melihat bagaimana khalayak berperilaku saat menonton atau membaca media. Tentunya hal ini juga berlaku pada khalayak berperilaku saat mendengarkan siaran radio. Hal ini cukup menarik karena kajian perihal khalayak radio tergolong jarang dilakukan maupun dibandingkan dengan penelitian terhadap khalayak televisi maupun surat kabar.

Beberapa hasil penelitian yang dibaca untuk memperkaya kajian ini sebagian besar membicarakan perihal khalayak media televisi maupun media internet. Sedangkan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah khalayak radio. Informan yang menjadi subjek dalam penelitian adalah mereka yang pernah mendengarkan Radio Suara Surabaya, terlepas apakah mereka pernah berinteraksi dengan Radio SS atau tidak.

Data khalayak yang pernah melakukan interaksi dengan Radio SS diperoleh dari data yang dikumpulkan oleh Bidang Riset Radio Suara Surabaya. Sedangkan informan yang tidak pernah atau belum pernah melakukan interaksi dengan SS dipilih secara acak.

Radio Suara Surabaya di Surabaya menjadi stasiun radio yang dipergunakan sebagai subjek dalam penelitian ini karena stasiun radio ini sejak awal kehadirannya telah mengambil segmentasi jurnalistik dalam menyiarkan programnya, serta telah menggunakan konvergensi media dalam menjalankan proses penyampaian informasi kepada pendengarnya.



Gambar I.5. Halaman depan aplikasi Radio Suara Surabaya
Sumber: *Screenshot* Aplikasi Radio Suara Surabaya (20 Februari 2019)

Radio Suara Surabaya tak hanya menggunakan frekwensi sebagai media untuk bersiaran, melainkan juga melalui situs jaringan www.suarasurabaya.net dan juga melalui media sosial seperti Facebook (e-100) dan Twitter (@e100-ss).

Bahkan, SS telah mengaplikasikan siaran mereka melalui aplikasi Suara Surabaya yang dapat diunduh melalui PlayStore maupun App Store.

Sebagaimana telah disebut secara berulang, khalayak merupakan salah satu faktor penting bagi sebuah radio siaran untuk memantapkan dirinya untuk terus eksis dalam dunia media massa, terlebih lagi saat teknologi komunikasi mengalir dengan deras. Seperti yang diucapkan oleh John Vivian bahwa ada kemungkinan jumlah pendengar siaran radio terus menurun. Tentunya, radio siaran perlu mengetahui bagaimana khalayak mereka dapat bertahan dengan terus berinteraksi dalam ruang siar yang menjadi bagian dari proses berdemokrasi.

Penelitian ini menggunakan studi kasus, dengan pendekatan penelitian kualitatif yang dilakukan melalui teknik observasi serta wawancara mendalam pada beberapa informan. Selain itu, peneliti juga menggunakan data tambahan berupa teks yang didapat dari pesan-pesan yang disampaikan oleh khalayak radio melalui media sosial, seperti Facebook, WhatsApp, Twitter maupun Instagram milik Suara Surabaya Media.

I.2 Permasalahan

Berdasarkan paparan di atas, maka dalam penelitian ini dapat dilihat beberapa hal, yakni:

- 2.1. Bagaimana keterlibatan khalayak Radio Suara Surabaya dalam ruang publik sebagaimana yang dimaksud dalam visi dan misi Radio Suara Surabaya dalam menjalankan proses bersiaran?

2.2. Bagaimana khalayak Radio Suara Surabaya berperan dalam ruang publik yang dibangun di dalam proses siaran Radio Suara Surabaya?

I.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk:

Mengkaji serta menganalisis keterlibatan khalayak dalam ruang publik yang dibangun dalam proses bersiaran di Radio Suara Surabaya sebagaimana yang dimaksud dalam visi dan misi Radio Suara Surabaya.

I.4 Manfaat Penelitian

Dari segi akademis, peneliti mengharapkan kajian ini dapat memperkaya jumlah penelitian terkait dengan eksistensi radio siaran, di tanah air, sekaligus memberi makna terhadap pengembangan penelitian yang terkait dengan konteks khalayak, khususnya pendengar radio

Secara praktis, kajian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Radio Suara Surabaya maupun praktisi radio siaran lainnya dalam memahami khalayak radio siaran di dalam ruang publik sehingga ruang siar tidak sekadar menjadi wacana belaka dalam menjalankan proses demokrasi, melainkan juga menjalankan program yang sesuai dengan fungsi media massa, dalam memberikan informasi, pendidikan, hiburan, juga sebagai kontrol sosial.