



JURNALISME INDONESIA
DI ERA LIBERALISME DAN DIGITALISASI:
Tantangan dalam Demokratisasi Media

Editor

Anang Hermawan

PENERBIT
KOMUNIKASI **UII**

Jurnalisme Indonesia di Era Liberalisme dan Digitalisasi: Tantangan dalam Demokratisasi Media

Editor: Anang Hermawan

PENERBIT
KOMUNIKASI **OII**

Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT)

Jurnalisme Indonesia di Era Liberalisme dan Digitalisasi: Tantangan dalam Demokratisasi Media

1. Jurnalistik

2. Komunikasi

3. Media

Penulis:

*Fajar Junaedi, Z. Hidayat, Zainuddin Muda Z. Monggilo, Herlina Kusumaningrum,
Iwan Awaluddin Yusuf, Herlina Agustin, Ido Prijana Hadi, Dwi Pela Agustina,
Triyono Lukmantoro, Nisa Alfira, Sri Handayani, Tommy Satriadi Nur Arifin Erawan,
Valentina Sri Wijiyati, Mukhijab*

Editor: Anang Hermawan

Lukisan sampul: Ali Minanto

Tata Letak : Zarkoni

Hak cipta tulisan pada masing-masing penulis

Diterbitkan oleh:

**PENERBIT
KOMUNIKASI UII**

Jalan Kaliurang Km 14,5, Besi, Sleman 55584

Daerah Istimewa Yogyakarta, Telepon: (0274) 898444 ext 3267

E-mail: komunikasi@uii.ac.id

Cetakan Pertama, Februari 2018

x + 348; 17 x 23 cm

ISBN: 978-602-98263-8-8

yang memungkinkan berita dipublikasikan dengan format *Hypertext Markup Language* (HTML). Ada beberapa kata kunci yang melekat dalam media baru ini, seperti *digitality*, *interactivity*, *hypertextuality*, *dispersal*, dan *virtuality* (Lister, 2003: 13), yang mengisyaratkan arus informasi yang tidak lagi linier dan searah. Jurnalisme berbasis online di Indonesia sebenarnya sudah dimulai sejak 1995, yang disebut sebagai *online journalism* gelombang pertama (1995-1997). Gelombang ini ditandai oleh *Internet Service provider* (ISP), *mailing list* -yang cukup sensasional karena sangat berpesan dalam penggulingan Soeharto-, *Tempo Interaktif*, dan *Kompas Cyber Media*. Kemudian disusul dengan *online journalism* gelombang kedua (1998-2001) yang ditandai dengan kehadiran situs-situs dotcom. *Online journalism* gelombang ketiga yang dimulai sejak 2002 sering disebut sebagai era jurnalisme multimedia (*webcasting*) dengan pelbagai produk layanan seperti *news feed*, *podcast*, *mobile phone news*, dan sebagainya. Produk berita lebih cepat, transparan, tidak dibatasi oleh ruang dan waktu sehingga publik terlibat secara aktif dalam sirkulasi informasi (*netizen*).

Munculnya forum jejaring sosial (media sosial) dengan pelbagai aplikasinya, semakin mengokohkan potensi *online journalism*, sekaligus menguatkan keberadaan publik sebagai *netizen* dan *digital native* yang secara aktif ikut memproduksi informasi. Informasi diproduksi secara divergen dan berasal dari pelbagai arah dengan beragam isu yang melibatkan publik secara massif. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi memaksa produsen berita sanggup beradaptasi dan membuat preferensi media secara multiplatform (*convergence*). Jurnalisme generasi modern, bahkan sebagian kalangan menyebutnya *post-modern*, diarahkan menjadi media yang sanggup memberikan kejutan (*scoop*), yang

mensyaratkan kecepatan sebagai unsur utama. Kegiatan jurnalistik yang berorientasi untuk menyampaikan informasi baru (*news*) menjadi lebih canggih dengan pemanfaatan multimedia. Multimedia yang menggabungkan teks, audio, dan video, meninggalkan karakter media konvensional sekaligus menyuguhkan fenomena baru jurnalisme yang mendorong partisipasi publik secara intens (*public engagement*).

Berefleksi dari fenomena tersebut, ada beberapa implikasi yang lahir lantaran pergeseran ini. *Pertama*, terkait dengan **kebijakan dan regulasi media**. Perlu ada peraturan yang cukup kuat dan ketat bagi media sehingga praktik jurnalisme tidak menyimpang dari koridor regulasi media. Peraturan perundangan yang ada perlu ditilik ulang untuk disesuaikan dengan konteks dan dinamika sejarah yang sedang berkembang. Penegakkan peraturan juga penting dilakukan berkaitan dengan pola kepemilikan media yang selama ini ada. Monopoli dan konsentrasi kepemilikan media oleh segelintir kelompok menyebabkan media tersandera oleh kepentingan pemilik media. Konsentrasi kepemilikan media menciderai semangat demokratisasi media yang mengedepankan keanekaragaman dalam pelbagai aspek: kepemilikan, isi dan suara/pendapat (*diversity of ownership, content and voices*). Konsentrasi dan monopoli kepemilikan media hanya menciptakan jurnalisme yang bias dan tendensius serta mengabaikan kepentingan publik.

Kedua, **Idealisme dan kebebasan pers**. Idealisme dan kebebasan pers adalah prinsip utama jurnalisme dalam demokratisasi media. Kebebasan berbicara dan berekspresi (*freedom of speech and freedom expression*) menjadi jaminan dalam negara demokrasi. Pola

kepemilikan media dan kooptasi yang dilakukan segelintir elit menjadi ancaman bagi kebebasan pers. Kepentingan ekonomi politik yang memasung media menjadi represor yang membungkam suara-suara kritis. Media didikte untuk tunduk pada kepentingan-kepentingan yang sedang merancang otoritarianisme baru. Upaya untuk mendorong independensi media mutlak diperlukan agar media dapat kembali pada khittahnya untuk menyuarakan informasi yang benar (*well informed*).

Ketiga, pentingnya regulator media yang independen. Keberadaan lembaga ini dibutuhkan sebagai wasit dan hakim atas pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan media terhadap regulasi. Regulator yang independen memiliki kekuatan saat berhadapan dengan kelompok-kelompok kepentingan yang berdiri di belakang media. Kita dapat berkaca pada keberadaan regulator media di beberapa negara, seperti Federal Communications Commission (FCC) di Amerika Serikat, Office of Communication (Ofcom) di United Kingdom, dan beberapa regulator di negara-negara Afrika dan Asia (Thailand) yang menunjukkan independensi yang kuat. Belajar dari komparasi ini, Indonesia harus mulai membenahi dan merevitalisasi lembaga regulator seperti KPI agar mampu merepresentasikan kekuatan publik.

Keempat, digitalisasi media sebagai kekuatan jurnalisme kontemporer. Tumbuhnya jurnalisme online dan digitalisasi penyiaran memberi harapan baru bagi tegaknya demokratisasi media. Digitalisasi media dapat memecah konsentrasi dan oligopoli dalam penyiaran yang selama ini terjadi. Perkembangan media baru ini menjanjikan bentuk-bentuk jurnalisme yang dapat melibatkan publik

secara aktif. Dengan demikian, harapan media menjadi ruang publik, yang mempertemukan gagasan publik, dan mengartikulasikan suara-suara publik, dapat segera terwujud.

Kajian tentang kebijakan dan regulasi terkait dengan konsentrasi kepemilikan media, idealisme dan kebebasan pers, independensi dalam jurnalisme, dan orientasi media jurnalistik kontemporer menarik untuk dilakukan. Perspektif dari *multistakeholders* yang memiliki otoritas atas jurnalisme sangat signifikan bagi pembenahan jurnalisme Indonesia ke depan, agar dapat terlibat dalam arus kebebasan dan digitalisasi informasi tanpa kehilangan idealisme dan independensi. Jurnalisme yang independen akan memberikan garansi bagi kokohnya bangunan demokrasi. Jurnalisme kontemporer tidak hanya sekedar memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi dan merayakan kebebasan, tapi membawa misi untuk mendorong publik menjadi *demos* yang memiliki kemampuan dan kesadaran untuk bersuara di alam demokrasi.

Yogyakarta, Februari 2018

Anang Hermawan || Editor

DAFTAR ISI

Pengantar Editor

Daftar Isi

Mencari Berita Sepak Bola : Pola Distribusi Koran yang Berisi Berita Sepak Bola di Tingkat Pengecer dan Perilaku Pembacanya di Kota Sragen <i>Fajar Junaedi</i>	1
Konsumsi Media Sepanjang Hidup Khalayak: Kebiasaan Penggunaan Media Sosial Lintasgenerasi <i>Z. Hidayat</i>	17
Bertemunya Dimensi Teoretis dan Praktis di era konvergensi media <i>Zainuddin Muda Z. Monggilo</i>	73
Otonomi Jurnalisme Profesional <i>Herlina Kusumaningrum</i>	105
Absennya Sensitivitas Gender dalam Jurnalisme Kita: Kasus Koran Kuning <i>Iwan Awaluddin Yusuf</i>	125
Reorientasi Pendidikan Jurnalisme di Indonesia Studi multi kasus tentang tantangan industri Media massa di daerah <i>Herlina Agustin</i>	149

Implikasi Penyiaran Interaktif Terhadap Pengelolaan Produksi Konten <i>Ido Prijana Hadi</i>	173
Jurnalisme Investigasi, Solusi untuk Berita Konflik <i>Dwi Pela Agustina</i>	203
Jurnalisme, "Pesta Bikini", Dan Kepanikan Moral <i>Triyono Lukmantoro</i>	223
"Jurnalisme Teror": Paradoks Regulasi Media <i>Online</i> di Indonesia <i>Nisa Alfira & Sri Handayani</i>	255
Makna Objektivitas dalam Menyiarkan Berita tentang Konflik <i>Tommy Satriadi Nur Arifin Erawan</i>	273
Jurnalisme, Televisi, dan Hak Asasi Tuli atas Informasi: Kajian Kebijakan Jurnalisme dan Pertelevisian Indonesia <i>Valentina Sri Wijiyati</i>	303
Industrialisasi Koran dan Problem Pekerja Media <i>Mukhiyab</i>	327

Implikasi Penyiaran Interaktif Terhadap Pengelolaan Produksi Konten

Ido Prijana Hadi

Pendahuluan

Model komunikasi penyiaran interaktif/ dialogis telah lama dikembangkan beberapa stasiun radio. Seperti era 1980-an di Radio ARH (Arif Rahman Hakim) Jakarta dengan pendirinya (Alm) Zaenal Suryokusumo, biasa akrab di panggil Bang Zen ketika siaran. Radio ARH mempunyai program “*titik temu*”, namun masih konservatif dengan berkirim surat. Misalnya, surat seorang ibu menceritakan kalau anaknya akan kuliah di kesehatan, maka kemudian menanyakan kira-kira dimana saja terdapat Fakultas Kesehatan. Kemudian tim radio ARH itu mencarikan informasi untuk diudarakan per 1 jam dan bisa diulang utuh beberapa jam kemudian.

Siaran interaktif radio kala itu terbatas hanya untuk memesan lagu atau titip salam dalam program *pilihan pendengar*. Termasuk keluhan-kesah atau berbagai pendapat dan pengalaman, konsultasi atau tebakan kuis. Sementara program interaktif sekarang jauh lebih berwarna dan beraneka. Pendengar terlibat langsung ‘mengudara’ dalam siaran. Pendengar terlibat aktif berinteraksi menggunakan telepon atau *handphone* dengan penyiar atau narasumber (kehadiran pembicara yang diundang dari luar) di studio siaran. Pendengar dalam beberapa kejadian, juga diundang hadir di studio siaran. Karena sifatnya yang sarat muatan dialog ini, maka sering diberi istilah sebagai *talk show* atau tontonan perbincangan.

Program interaktif di era kemudahan teknologi informasi bahkan menjadi format, bukan lagi program. Siaran interaktif awalnya hanya siaran beberapa jam, tetapi dengan berjalannya waktu tidak ada lagi konsep *programming* seperti di radio lain pada umumnya. Seperti kasus di Radio Suara Surabaya (Radio SS), yang ditegaskan Arifin (2010: 174) dialog dan interaktif ibarat “*ruh*”, karena

hampir setiap program atau acara selalu menghadirkan dialog interaktif. Pendengar tidak sekedar berkomunikasi dua arah, tetapi juga ada motif hiburan, aktualisasi diri, dan interaksi sosial.

Keterlibatan pendengar dalam proses produksi informasi terjadi setiap saat, sehingga dengan format ini, radio berita bisa mengejar aktualitas berpacu melampaui media lainnya. Sinergi pendengar, *gatekeeper*, reporter dan penyiar menjadi sangat penting, yang kemudian mengintegrasikan bagian-bagian tersebut dalam manajemen siaran interaktif. Sebuah manajemen siaran yang mengemas nuansa siaran yang tidak terpaku pada pola umum. Artinya setiap siaran yang sedang *on-air* bisa ‘disela’ dengan

informasi, apalagi bila sangat urgen untuk mengejar aktualitas berita. Fokus pertanyaan penelitian yang ditelaah dalam penelitian ini adalah bagaimana implikasi penyiaran interaktif terhadap pengelolaan produksi konten dalam studi kasus di Radio SS?

Metode Penelitian

Paradigma penelitian ini adalah interpretif konstruktivis yaitu berusaha untuk melakukan interpretasi dan memahami alasan-alasan dari para pelaku terhadap tindakan sosial yang mereka lakukan, cara-cara dari para pelaku mengonstruksikan kehidupan mereka dan makna yang mereka berikan kepada kehidupan tersebut. Pendekatan penelitian kualitatif.

Metode penelitian yang digunakan studi kasus yaitu memfokuskan pada pemahaman- pemahaman mendalam dari keunikan kasus itu sendiri, berusaha menuturkan kisah atau bercerita seutuhnya, dengan etos etnografi dari kajian *interpretif*, serta melacak makna-makna *emik* dari interpretasi subjek/ partisipan terhadap suatu kasus. Sifat penelitian ideografis atau kasuistik, dimana fokus pada pertanyaan tentang: *apa yang dapat dipelajari dari kasus tunggal*. Ini merupakan pertanyaan epistemologis yang menjadi persoalan utama dalam penelitian ini.

Subyek penelitian sekaligus unit analisis adalah narasi-narasi kisah yang diperoleh dari individu yang menjadi partisipan, memiliki kompetensi menjawab fokus penelitian. Subyek penelitian dipilih secara *purposive sampling* dengan kriteria mewakili pengelola radio, pejabat pemerintah, profesional, asosiasi radio, aparat negara, dan pendengar aktif warga masyarakat biasa. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan subyek penelitian, pengamatan sebagai partisipan dimana peneliti melakukan kontribusi

informasi ke SS sebagai pendengar aktif, penelaahan dokumen data hasil FGD dan survei.

Hasil dan Pembahasan

Manajemen siaran di era teknologi komunikasi dan informasi sudah banyak yang tidak membiasakan rapat redaksi secara fisik. Teknologi komunikasi mampu menerabas ruang dan waktu, dimana sewaktu-waktu reporter dan pendengar bisa melaporkan peristiwa dari manapun mereka berada. Di sisi lain, meskipun teknologi sangat berperan, idealnya rapat redaksi satu meja secara periodik tetap dibutuhkan agar ada diskusi tatap muka langsung antara manajer siaran atau pemberitaan dengan tim reporter, bisa saling koordinasi dalam menjalankan peran *news gathering* di lapangan.

Program interaktif dalam kasus di SS setiap hari, 60-70% berisi informasi lalu lintas yang dilaporkan pendengar maupun narasumber polisi. Kepada penulis, Errol Jonathans (Direktur Utama SS) menuturkan bahwa ia berharap kualitas materi informasi lalu lintas makin meningkat, bukan sekedar melaporkan dan menyampaikan. Tetapi, laporan informasi lalu lintas dari pendengar mampu membentuk perilaku masyarakat untuk tertib berlalu lintas. Intinya, bila hanya berhenti pada titik melaporkan saja, itu kompetensi dasar yang sudah tidak relevan, masyarakat semakin menuntut. Pendengar merupakan sumber informasi sekaligus inspirasi untuk mempengaruhi pendengar lain agar sadar dan tertib berlalu lintas. Sehingga, meski tidak ada polisi di jalan, rambu lalu lintas tetap bisa bermakna.

Siaran interaktif informasi mendasarkan pada konsep jurnalistik dengan memadukan jurnalistik warga. Seorang penyiar dan

petugas *gatekeeper* harus lebih menguasai jurnalistik dalam memandu laporan pendengar. Laporan masuk pendengar yang menarik via telepon (bahkan via media jejaring sosial) langsung dikembangkan *gatekeeper*. Mencari tahu dengan cepat, mengejar dan menindaklanjuti informasi sesegera mungkin. Butuh pro-aktif, kecakapan, kecepatan, ketepatan dan pengetahuan tersendiri untuk ‘mengangkat’ isu menarik yang dilaporkan pendengar. Hal ini tidak bisa didiskusikan apalagi dirapatkan di redaksi karena sesaat Dalam operasional sehari-hari, siaran interaktif tetap mengedepankan keseimbangan. Muatan interaktif dan muatan pesan komersial harus menjadi pilar yang berdiri sama kokoh. *Tag line news- interaktif-solutif* sebagai *ruh* utama siaran seperti di SS dijaga dengan konsisten dan berkesinambungan 24 jam. Kata solutif menjadi *mindset* kawan-kawan SS (sebutan akrab seluruh staf SS dan pendengar). Bila mengangkat isu tertentu apa tujuannya, apakah untuk perorangan, kelompok kecil, atau tujuan untuk masyarakat. Jadi *feeling* kawan-kawan SS terlatih di situ.

Misalnya, kalau mengangkat isu jalan sering rusak dan banyak lobang harus memberi solusi. Siapa pihak kompeten yang perlu dihubungi untuk mengambil keputusan dan menjelaskan detail alokasi anggaran, mengapa jalan rusak menjelang Pilkada. Apa ada hubungannya dengan program kampanye Cagub. Seperti dalam Pilgub 2009 lalu kampanye Karsa (Soekarwo dan Saifullah Yusuf) salah satunya mengusung tema, “*Tiada Hari Tanpa Tambal Jalan*”.

Tag-line tersebut akhirnya memberikan filosofi dan *positioning* sekaligus spirit dalam bekerja, baik staf iklan, staf administrasi, staf teknik, reporter, penyiar, *gatekeeper* maupun para pendengar setianya. Solusi artinya informasi memberi manfaat bagi orang lain. Jadi

reporter, *gatekeeper*, penyiar dan pendengar adalah saling sinergi dalam praktik siaran sehari-hari dari semua proses produksi konten siaran yang penuh dedikasi untuk warga kota yang mereka layani.

Manajemen interaktif dalam proses siaran menentukan topik-topik siaran, melalui *insting* para *broadcaster*, yaitu memilih topik-topik yang kira-kira bisa menciptakan daya tarik siaran dan mampu menimbulkan partisipasi diskusi pendengar yang besar. Bila *insting* redaksi sesuai bisa mendapat respon positif pendengar dan pihak-pihak kompeten. Bila sebaliknya, hal ini bisa menimbulkan kontra produktif karena tidak mengena, dan tidak semua isu besar menarik, justru isu lokal lebih mempunyai ‘kedekatan’ emosional dengan warga.

Di sisi lain, hal paling sulit dalam manajemen siaran adalah menjaga prinsip netralitas siaran, seperti diakui oleh Yoyong Burhanudin (Manajer Siaran SS) hasil wawancara 1 Maret 2012, berikut ini:

“Unsur keberpihakan bukan sama sekali tidak ada, tetapi kecenderungan keberpihakan kadang-kadang orang luar yang merasakan. Ada suara-suara pendengar yang mengatakan SS terlalu membela polisi dalam persoalan lalu lintas, kejaksaan, walikota, dsb. Kadang-kadang orang pemerintahan juga bilang begitu, bahwa SS itu ‘mbelani’ rakyat ‘tok’. Membela komunitas ini, itu. Sebenarnya dalam posisi ini ya barangkali kelemahan SS untuk tidak ‘pinter’ mengambil posisi netral. Walaupun SS sebenarnya berpegang dan menjaga prinsip netralitas”

Secara profesionalitas dan teknik siaran, seorang penyiar dituntut menguasai topik yang dibahas dengan wawasan pengetahuan yang luas, dan mampu membangun imajinasi pendengar. Apa yang disampaikan memberikan penasaran publik pendengar, dengan tetap menjaga prinsip netralitas dan menjaga pesan-pesan persuasi komersial *adlibs* yang seimbang. Prinsip umum memproduksi dan mengelola siaran interaktif harus memenuhi pola atau standar yang menjadi acuan radio agar fokus pada format interaktif bisa berupa program *talk show*, liputan peristiwa harian, atau liputan khusus. Prinsip-prinsip siaran interaktif di Radio SS yang berhasil diamati

penulis adalah: (1) penyiar di studio berfungsi sebagai moderator: membuka, melemparkan gagasan, dan menutup acara; (2) *gatekeeper* menerima, mengutamakan, dan menyeleksi telepon masuk untuk diteruskan ke penyiar di ruang studio untuk *on-air*. (3) khusus program *talk show*, penyiar membuka dengan mengenalkan narasumber, dan selanjutnya siaran diawali oleh narasumber di studio, kemudian penelepon, dan seterusnya; (4) *gatekeeper* dan penyiar menerima para penelepon dengan ramah; (5) penyiar dan narasumber di studio saling berdiskusi, dan berusaha berkomentar imbang dengan melibatkan pendengar di luar studio.

Siaran Interaktif Meniadakan *Clock Programming*

Praktisi *broadcaster* radio pada umumnya mengelola bisnis radio menggunakan apa yang disebutnya sistem *clock programming* untuk program acara 24 jam keseluruhan. Program acara yang disusun dalam satuan waktu dengan unsur-unsur yang sudah *setting*

pengaturannya sesuai urutan terpola. Seperti narasi penyiar, siklus musik, iklan, promo radio dan promo program, laporan lalu-lintas, laporan cuaca, reportase, dan lain-lain. Susunannya menyesuaikan dengan prediksi *lifestyle* pendengar pada jam-jam tersebut.

Sementara dalam siaran interaktif sistem *clock* tidak relevan, karena harus mengutamakan *hot news* atau *breaking news* (berita sela) sesegera mungkin, sehingga seringkali waktu *talkshow* atau *blocking* iklan yang akan diputar, disela untuk informasi terbaru. Karena mendesak dan penting segera disiarkan untuk menanggapi isu atau berita tertentu, agar diketahui publik. Bila dibuat sistem *clock*, semua berita akan menjadi tidak aktual lagi. Kecepatan informasi menjadi tidak ada lagi sebagai karakteristik radio siaran. Sistem *clock* sudah terformat (terprogram komputer) keseluruhan, dimana polanya yang harus diikuti secara manual. Kasus di SS lebih menekankan rambu-rambu siaran daripada sistem *clock*.

Rambu-rambunya adalah *pertama*, informasi wajib dipancarkan. *Kedua* iklan tidak boleh tidak terputar. Iklan wajib diputar dalam kondisi dan segenting apapun. Sistem pengaturan iklan terserah penyiar yang harus pandai mengatur. Prinsipnya iklan tidak boleh ada yang sejenis diurutkan, baik itu iklan *spot* maupun *adlib*. *Ketiga* baru memutar musik, bila di jam program siaran itu ada musik. Tetapi musik bisa dihilangkan, sehingga yang wajib adalah *informasi* dan *iklan*. Untuk sistem pengaturannya menyerahkan ke penyiar, yang harus pandai mengatur untuk *handling* siaran. Asas-asas jurnalistik berlaku mengingat karakteristik dengan kecepatannya yang sangat berbahaya ketika salah.

Radio siaran interaktif sulit sekali melakukan ralat ucapan ketika sudah terlanjur *on air*. Sehingga ini menjadi fokus perhatian

pengelola siaran. Kunci utama program interaktif sebagai mekanisme pengamanan adalah pada penyiar dan *gatekeeper* (filter penerima telepon masuk dari pendengar sekaligus berfungsi sebagai jurnalis) sebagai pengendali siaran yang satu sama lain harus mengetahui. Jadi *garbage in-garbage out* berada di *gatekeeper*. Peran mereka sangat terbantu dengan teknologi *link-in* komputer agar bisa memonitor siaran.

Di sisi lain, penyiar mempunyai andil cukup besar dalam *handling* siaran untuk mendukung *kebetahan kenyamanan* pendengar berlama-lama mendengarkan, namun rupanya SS masih mempunyai kekurangan dalam hal ini, seperti diakui Iman Dwihartanto (Manajer Pemberitaan) kepada penulis, 8 Oktober 2012 lalu :

“Penyebab ketidaknyamanan pendengar diantaranya adalah kualitas interaktif dengan pendengar yang kurang. Penyiar kurang kritis dalam memberikan pertanyaan seperti kurang menguasai materi/ topik. Dari sisi pendengar yang ‘on air’, banyak komplain pendengar terlalu berlebihan. Beberapa pendengar ini ‘kok’ selalu melihat dunia ini dengan tidak ada benarnya. Dari sisi internal SS, teknik ‘announcing’ penyiar kurang bagus. Penguasaan materi penyiar kurang, terdengar ketika penyiar dan reporter ‘interview’ yang tidak bagus. Jadi yang paling mendukung adalah wawasan atau pengetahuan penyiar”.

Pendengar Sebagai Pemasok Informasi dan Akurasi Berita

Program interaktif (*phone in programme*) diminati pendengar salah satu alasannya adalah program ini bisa ‘*memecah dinding*’ penghalang antara ‘tembok’ studio siaran dengan publik pendengar di

luar, sehingga keduanya bisa saling berkomunikasi interaktif secara langsung apa adanya. Jalinan komunikasi antara studio siaran dan pendengar bukan lagi monolog (dari penyiar ke pendengar), melainkan sebuah dialog. Informasi aktual tersiarkan lebih cepat, dan peluang partisipasi pendengar lebih leluasa.

Program interaktif menjawab tuntutan fitri masyarakat, yaitu keinginan untuk berinteraksi satu sama lain sebagai sesama manusia. Bahkan interaktif merupakan demokrasi dalam wujud kecil, dimana sebuah soal dibahas dengan menghadirkan pandangan dari berbagai sudut. Program interaktif memiliki implikasi yang signifikan bagi penegakan demokrasi. Karena pada program diskusi atau perdebatan muncul beragam pandangan dan pendapat, yang bisa memperkaya wawasan pemahaman pendengar mengenai persoalan yang sedang dibicarakan.

Kekuatan program interaktif adalah melibatkan partisipasi pendengar sehingga mampu menyumbang upaya membangun warga masyarakat yang lebih peduli, publik yang partisipatif.

Membiarkan pendengar berbicara *on air* membuat sikap optimistis warga masyarakat dalam menyikapi berbagai persoalan, membangun sikap kritis dan menghindari masyarakat diam.

Beragam pendapat pro-kontra mewarnai perjalanan SS karena melibatkan pendengar dalam laporan jurnalistiknya. Publik yang kontra mengatakan bahwa radio bukan tempatnya membiarkan jurnalistik jalanan, karena berisiko tinggi. Kebohongan dalam sejenak bisa terjadi, karena itu *akurasi berita* (ketepatan informasi berdasarkan fakta jurnalistik) dipertanyakan. Seandainya terdapat laporan pendengar tidak sesuai fakta alias berbohong, dan pendengar notabene bukan lah jurnalis tetapi melaporkan kejadian. Di sisi lain,

masyarakat pada umumnya tidak mengetahui soal akurasi, tetapi mempercayai kebenaran informasi itu sendiri.

Hal ini telah disadari SS, bahwa mengelola acara interaktif tidak semuanya menguntungkan. Jika pengelola tidak waspada, acara seperti ini mempunyai sisi berbahaya. Sehingga tindakan preventifnya, penyiar dan *gatekeeper* harus awas terhadap penelepon *ngawur*, yang memberi informasi sembarangan, salah, atau bahkan membahayakan. Tidak setiap penelepon bisa langsung *on air*, ada mekanisme pengenalan, seleksi dan pendataan jatidiri setiap pendengar oleh *gatekeeper*. Hal ini dilakukan, untuk menghindari ancaman informasi yang bias, tidak akurat sesuai fakta dan data, serta tidak jujur terhadap realitas. Sehingga tidak bisa diukur kesahihannya, serta bisa dengan sengaja menjerumuskan dan menyesatkan pendengar lain dan media itu sendiri.

Tantangan radio siaran interaktif lebih besar dibanding radio pada umumnya, karenanya setiap penelepon yang memberikan informasi akan selalu dikenali oleh penyiar dan *gatekeeper*. Karakter orang yang menelepon sangat beragam. Ada yang suka menjadi komentator, ada yang suka mengikuti diskusi semua lini, ada yang suka *curhat* atau mengeluh, banyak pendengar yang hanya ingin melaporkan informasi lalu lintas saja, tetapi tidak sedikit pula pendengar yang mempunyai *second agenda* ketika mengudara. Seperti dikatakan Iman Dwihartanto (Manajer Pemberitaan dan Penyiar SS) kepada penulis 8 Oktober 2012:

“Sering terjadi bahwa pendengar itu membawa ‘second agenda’, pertama mereka mau gabung dengan penyiar, kemudian diloloskan ‘gatekeeper’. Karena katanya mempunyai informasi ini, itu

. . . Nah informasi kedua tadi biasanya tidak diungkapkan ke ‘gatekeeper’. Karena itu sebagai penyiar, saya mesti potong ketika mereka berbicara ‘second agenda’ diluar percakapan yang sedang dibicarakan. Beberapa orang merasa terganggu ketika dipotong, indikasinya langsung sms ke pimpinan SS dan saya dipanggil”.

Seorang *gatekeeper* harus bisa bertindak tegas sebelum sambungan telepon diteruskan ke penyiar di ruang studio siaran. Jika sambungan telepon sudah terlanjur diteruskan ke penyiar dan mengudara, maka penyiar lah yang harus berani mengambil sikap tegas “tadi”, yaitu menghentikan keterlibatan si penelepon, tentu dengan cara yang sopan. Peran penyiar sebagai ujung tombak siaran sangat penting, seperti ramah, bersedia mendengarkan pendapat orang, tegas dan otoritatif (berwibawa).

Di sisi lain, media perlu memiliki kesadaran bahwa ia memanfaatkan ruang publik yang merupakan ranah publik. Ruang publik dimaknai sebagai zona yang bebas dan netral, tempat berlangsungnya dinamika kehidupan secara pribadi dan terbebas dari tekanan negara, pasar, dan kolektivisme. Karena itu media seperti ditulis Ashadi Siregar (2003:xix), harus membayangkan khalayak sebagai individu yang memiliki otonomi dan independensi. Media tidak boleh mendikte khalayak tentang apa yang harus mereka lakukan. Media harus menyediakan forum diskusi publik tentang

berbagai persoalan publik yang bisa dipakai khalayak sebagai referensi mereka untuk menghilangkan kecemasan informasi.

Hal terpenting dalam praktik media di ruang publik adalah menjaga objektivitas melalui prinsip faktualitas dan ketidakberpihakan. Media menyampaikan pesan ke khalayak secara apa adanya, tidak dikurangi dan tidak ditambah. Sekalipun tidak mudah bagi media untuk bersikap netral, tetapi media tetap harus mencoba untuk netral. Kasus PT Lapindo Brantas adalah salah satu contoh betapa sulitnya SS mengelola netralitas. Hanya dengan bersikap netral media bisa berfungsi sebagai mediator.

Prinsip netralitas dijaga agar informasi berimbang dan adil, dalam istilah jurnalistik selalu melakukan *balancing*, *crosscheck*, dan *check and recheck* pada pihak-pihak yang berkepentingan. *Feeling* sesaat penyiar ketika siaran tidak mudah terbawa arus, dan tidak memihak ketika berdiskusi. Misalnya pihak A mengatakan tentang pihak B, media akan cek ke pihak B, dan bila mengatakan sebaliknya akan dicari sumber kedua. Media juga melaporkan sudut pandang alternatif dan penafsiran dengan cara yang sedapat mungkin tidak sensasional dan tidak bias.

Westerstahl seperti dikutip McQuail (2011:224) menegaskan keadilan merupakan 'sikap netral' dan harus diraih melalui kombinasi keseimbangan (penekanan waktu/tempat yang sama/ proporsional) di antara penafsiran, sudut pandang, atau versi peristiwa yang saling berlawanan dan netralitas dalam siaran. Rujukannya adalah kualitas konten informasi dari para pendengar dengan memperhatikan, memahami, mengingat dan sebagainya.

Posisi netral atau ketidakberpihakan harus dilakukan secara profesional agar media bisa mengemban fungsi mediator dengan baik. Media tidak tunduk pada pengendalian kuasa modal, politik atau pemerintah. Media hanya tunduk pada kebenaran dalam melayani berbagai kepentingan, dengan keutuhan laporan, akurasi, dan niat untuk tidak menyesatkan atau menyembunyikan hal yang relevan (berkaitan dengan proses seleksi). McQuail (2011:223) menegaskan bahwa faktualitas merujuk pada bentuk peliputan yang berkaitan dengan peristiwa dan pernyataan yang dapat diperiksa terhadap sumber dan ditampilkan bebas dari komentar apapun.

Peluang program interaktif dalam perkembangan radio masa depan semakin besar. Masyarakat kota semakin kritis, terbuka dan pintar untuk menjadi aktor-aktor, sumber komunikasi, sekaligus penerima. Tentunya dibarengi dengan memahami prinsip-prinsip jurnalistik yang telah dikuasai oleh pengelola radio siaran swasta dan pendengarnya. Senada dengan Wibowo (2012:56) kemampuan dalam penguasaan prinsip-prinsip jurnalistik akan semakin membuka kemungkinan dialog menjadi bermutu dan kreatif. Inilah bentuk pengembangan dalam perspektif teori *media demokratik partisipan*, media untuk kepentingan dan kebaikan publik melalui medium radio siaran interaktif.

Radio siaran swasta harus menyakinkan pada para pendengarnya bahwa program yang baik bukan sekedar menghibur, melainkan program yang sungguh bermanfaat untuk meningkatkan pengetahuan. Memiliki komitmen dan keberpihakan pada kepentingan publik, sehingga radio memiliki kekuatan demokrasi yang baik dalam rangka keseimbangan dan keadilan sosial.

Program Siaran Interaktif *Unpredictable*

Program interaktif itu *unpredictable*, tidak mengikuti pola sistem *clock* atau *delay sistem* yang lebih aman bagi *station*. Risiko dan tantangan radio interaktif jauh lebih besar. Karena tidak mengenal mekanisme sensor informasi atau berita *diplintir* seperti sering terjadi media cetak. Karena itu bila tidak berhati-hati justru bisa menjadi bumerang, kredibilitas radio dipertaruhkan. Rambu-rambu sebagai *code of ethic* dalam berbicara perlu diberikan ke pendengar. Prinsipnya bicara “nyablak” atau buka-bukaan diperbolehkan asalkan informasinya akurat dan tidak *ngawur*.

Penelitian ini telah mengaktualkan kembali tentang konsep pendengar pasif dan aktif. Dalam kasus *pertama*, pendengar dipandang sebagai populasi besar yang dapat dibentuk oleh media. Dalam kasus *kedua*, pendengar dipandang sebagai anggota kelompok-kelompok kecil yang berbeda dan sangat dipengaruhi oleh rekan-rekan mereka. Disamping itu, hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa penulis lebih melihat dalam kondisi apa, dan kapan mereka membutuhkan media.

Misalnya, kecenderungan tindakan pendengar menelepon SS adalah ketika mereka menjumpai sesuatu yang menjadi masalah atau keluhan atas pelayanan lembaga layanan publik. Mereka membutuhkan SS untuk menyuarakan masalah atau aspirasi mereka, sekaligus berharap mendapatkan respon pihak-pihak yang kompeten menjawab. Sehingga proposisi teori sebagai hasil penelitian ini menyatakan bahwa, tindakan pendengar menyampaikan informasi atau pendapat sebagai bagian dari ekspresi mereka yang berhubungan dengan tujuan (model siklus partisipasi pendengar, gambar 2). Mereka

membutuhkan media sebagai saluran aspirasi dan kepedulian mereka terhadap sesama. Jadi mereka tidak semata-mata hanya menjadi obyek terpaan media.

Di samping itu, media informasi interaktif yang memfasilitasi komunikasi interaktif antara pendengar dengan penyiar, dan pendengar dengan pendengar tidak lagi hanya *one way traffic* atau informasi satu arah. Tetapi bisa terjadi *multi traffic* yaitu interaksi pendapat yang terjadi antara sesama pendengar dalam waktu bersamaan. Konsep interaktif multi-arah, siapapun pendengar bisa memberi tanggapan atau komentar dari pernyataan narasumber maupun pendengar lainnya.

Ranah inilah yang kemudian menjadi embrio demokrasi dalam siaran radio. Pendengar dan narasumber diberikan peluang untuk bicara dan menyampaikan informasi atau pendapatnya. Konsep interaktif membuka peluang bagi pendengar radio menyampaikan masalahnya di udara. Di sisi lain, banyaknya keluhan yang ‘mengudara’ dari pendengar mengesankan pesimisme dari pada solusi terhadap masalah yang dikemukakan. Namun, setidaknya hasil penelitian ini, secara teoritis memperkaya kajian pendengar media dalam perspektif media interaktif yang selama ini dominan *mainstream* linier.

Siklus Partisipasi Pendengar dan Proses Produksi Berita *On Air*

SS mengandalkan informasi peristiwa atau kejadian dari pendengar yang langsung menelepon memberikan laporannya, dimana reporter SS mungkin belum mengetahui peristiwa atau kejadian sebenarnya. Sebagai contoh, di daerah X terjadi kebakaran, reporter

belum mengetahui peristiwa itu. Sementara pendengar yang kebetulan melewati dan mengetahui peristiwa atau kejadian langsung melaporkan *on air*. Informasi dari pendengar menjadi data awal SS, yang kemudian didalami dan ditindaklanjuti tim *gatekeeper* dengan mengembangkan informasi awal tersebut, serta menghubungi pihak terkait yang berkompeten untuk konfirmasi kejadian secara jelas dan lengkap. Sementara reporter SS ke lapangan untuk melengkapi kebenaran informasi dan fakta kejadian untuk *live report*.

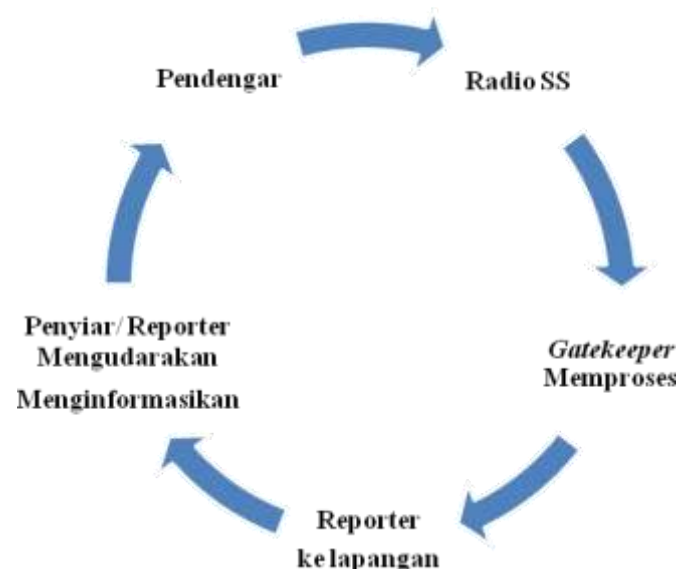
Penyiar secara terus menerus mengudarakan peristiwa atau kejadian tersebut ke pendengar, sambil mempersuasi pendengar lain yang mengetahui peristiwa atau kejadian yang sama untuk *update* informasi. Pendengar yang mengetahui atau dekat dengan peristiwa atau kejadian akan melaporkan informasi ke SS sebagai bagian dari kepedulian mereka untuk sesama pendengar lainnya. Sehingga dari tindakan jurnalistik pendengar inilah SS mendapatkan data dan informasi lengkap atas peristiwa atau kejadian yang sebenarnya.

Penggambaran tindakan jurnalistik dari pendengar yang bersifat sosial, dilakukan individu atau kelompok interpretif dalam interaksi dan situasi sosial tertentu, tidak saja sebagai upaya individu selaku pendengar dalam ikut memproduksi konten informasi, tetapi juga bagian dari ekspresi mereka yang berhubungan dengan tujuan. Tidak ada lagi monopoli terhadap publikasi berita. Media bekerja tidak semata berdasar pada apa yang disebut Altheide dan Snow (dalam McQuail, 2011:68) *logika media (media logic)*, yaitu untuk menggambarkan cara media melihat dan menafsirkan masalah sosial, yang selalu mendasarkan pada format/ standar yang berakar dari tradisi, dibuat oleh media. Bagaimana materi diatur dalam

programming yang terpola, gaya yang ditampilkan, fokus atau penekanan topik atau berita (*framing*), dan sebagainya.

Sementara dalam media interaktif sifatnya *unpredictable*, berpacu dengan kecepatan, keinginan dan aktualitas informasi dari pendengar. Standar baku *programming* siaran menjadi tidak relevan, karena cara pendengar dalam menafsirkan masalah sosial tentu berbeda dengan media. Logika media tunduk pada harapan untuk memenuhi keinginan para pendengarnya. Media menjadi saluran atau aspirasi pendengar dalam memaknai realitas untuk beragam tujuan.

Dari penjelasan tersebut, penulis menggambarkan siklus partisipasi pendengar dengan media dalam media interaktif dalam Gambar 1 model berikut ini:



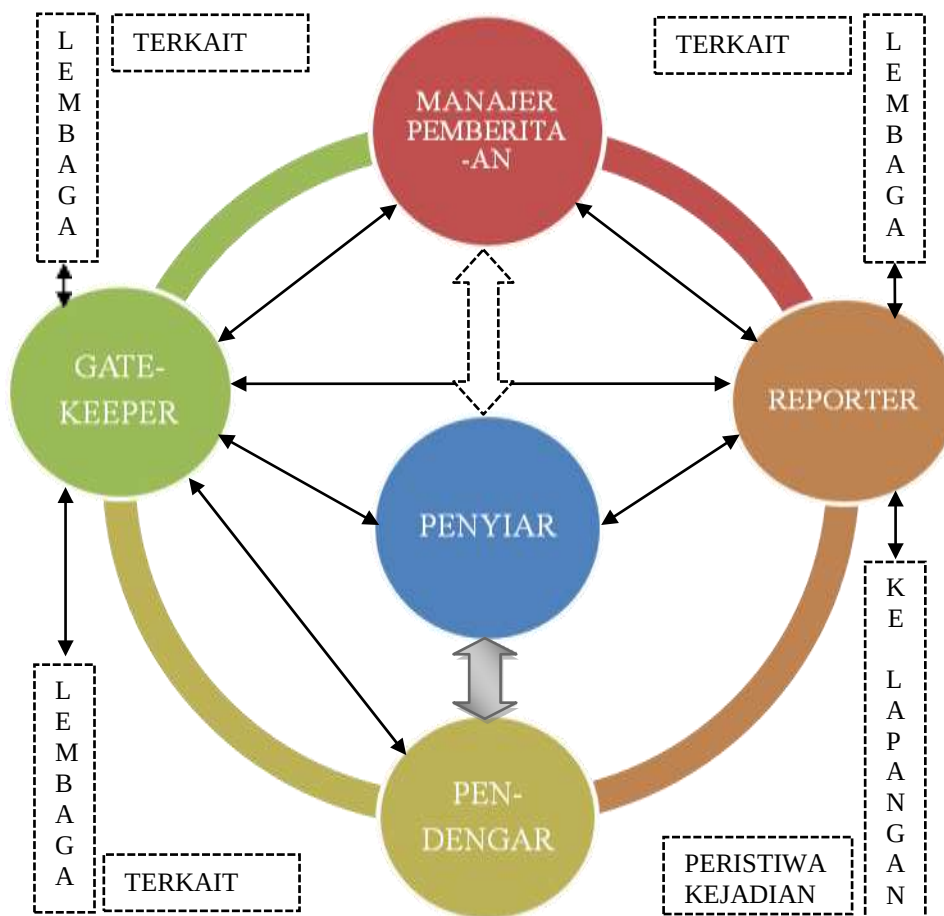
Gambar 1 :

Model Siklus Partisipasi Pendengar

Sumber : hasil olahan penulis

Proposisi teori sebagai implikasi penyiaran interaktif terhadap produksi konten adalah proses produksi konten media penyiaran interaktif tidak semata-mata mendasarkan pada logika media, tetapi pendengar merupakan aktor komunikasi dalam siaran sebagai partisipan awal informasi dalam memberikan *straight news*, sementara reporter menindaklanjuti ke lapangan untuk mendapatkan

kedalaman berita. Sehingga dalam penelitian ini model interaksi proses produksi berita dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2 :

Model Proses Produksi Berita On Air SS

Sumber : hasil olahan penulis

Model proses produksi berita radio SS (Gambar 2) digambarkan melingkar, maknanya menunjukkan bahwa satu sama lain saling terlibat dan berhubungan erat dalam proses produksi berita. Misalnya, ada laporan peristiwa yang masuk ke SS dari pendengar akan didalami dan diverifikasi tim *gatekeeper*, *supervisor gatekeeper* koordinasi dengan manajer pemberitaan dan reporter di lapangan. Sementara, tim *gatekeeper* mengonfirmasi kembali per telepon ke pihak-pihak terkait dalam usaha mengumpulkan fakta dan data, untuk diolah sebelum informasi siap *on-air* oleh penyiar atau reporter.

Bila segala sesuatu telah siap *on-air*, tim *gatekeeper* akan memberi sandi (lewat tangan) ke penyiar yang sedang *on air* di studio, untuk memberi kesempatan reporter melaporkan berita atau informasi *live* ke pendengar. Sinergi kerjasama pendengar, tim *gatekeeper*, penyiar, dan reporter sangat penting dalam mengelola kecepatan, aktualitas dan akurasi berita.

Konsep *gatekeeping* tentunya memiliki sejumlah kelemahan, namun secara terus menerus disempurnakan. Titik lemahnya komunikasi menjadi satu wilayah pintu dan memiliki kriteria seleksi, subyektifitas pada pandangan dan pasokan berita dari pendengar. Hal ini terjadi, karena *gatekeeper* dihadapkan pada berbagai tindakan pemilihan informasi yang masuk dan beragam, serta berurutan. Seperti dikatakan McQuail (2010:43) bahwa konsep *gatekeeping* merupakan tindakan jurnalistik yang otonomi, bukan atas pilihan yang dipaksa oleh tekanan ekonomi pada level organisasi berita atau oleh tekanan politik dari luar.

Konvergensi Menjadi *Platform* Produksi Konten

Perkembangan teknologi yang demikian pesat menjadikan internet sebuah ruang publik baru tempat dimana orang bisa mendapatkan informasi dengan cepat. Wacana isu-isu apa pun berkembang sangat cepat melalui internet. Seperti dinyatakan oleh Jenkins (dalam McQuail, 2010:71) perkembangan teknologi memunculkan apa yang disebut budaya konvergen (*convergence culture*), yaitu serangkaian fenomena yang berhubungan dan bermula dari konvergensi teknologi. Implikasinya, wujud diseminasi program siaran atau penyampaian pesan tidak saja bersifat *broadcast* (dipancarkan lewat frekuensi) tetapi juga melalui komputer dan jaringan internet.

Tuntutan ini menjadikan media siaran menajamkan visi pelayanan yang berorientasi pada kepuasan maksimum publik pendengar, merangsang kreativitas dan penemuan baru dari sisi teknologi siaran dan *programming*. Konvergensi media penyiaran dalam era internet dan satelit menjadi sebuah keniscayaan, yang memunculkan harapan sekaligus sinisme akan apa yang disebut kematian frekuensi (*the death of frequency*), yang akhirnya mengiringi kematian geografis (*the death of geography*) terjadi.

Radio penyiaran terestrial masih menjadi *platform* distribusi pesan yang penting, namun perkembangan teknologi menunjukkan bahwa radio online telah menjadi pelengkap radio FM. Teknologi internet mampu menciptakan manajemen dan produksi isi sebagai alat untuk proses mengumpulkan informasi (*news gathering*) dan sumber informasi (*source of information*). Radio siaran era teknologi mengkombinasikan *platform* analog dan digital untuk menyesuaikan dengan kebutuhan pendengar dalam rutinitas penggunaan media.

Mengingat generasi baru pendengar radio tidak lagi membeli produk pesawat radio. Mereka lebih memilih membeli *gadget* yang bisa menjadi alat komunikasi sekaligus menunjang aktifitas mereka. Fitur-fitur audio video sudah tertanam dalam alat tersebut sekaligus sebagai fasilitas pendukung. Misalnya tersedia fitur untuk koneksi ke radio, televisi, jejaring sosial, permainan, sistem penentuan posisi atau arah, dan sebagainya. Implikasinya, pelaku bisnis radio harus mengetahui perilaku pendengarnya dalam memenuhi kebutuhan penggunaan media, dengan tidak melupakan konsumen lama, sekaligus mampu memanjakan dan menggaet konsumen baru.

Konvergensi teknologi siaran sebagai sinergi media, komputer dan telekomunikasi memberikan nilai tambah untuk proses eksistensi media dan menciptakan peluang baru dalam memberikan layanan maksimal ke pendengar atau pengakses dengan menciptakan komunikasi interaktif yang melibatkan mereka dengan memperhatikan unsur kesegeraan sebagai respon terhadap peristiwa atau kejadian.

Era teknologi internet, stasiun radio telah mengembangkan isi siaran yang multimedia, mampu untuk menyimpan dan berbagi informasi secara online menjadi sehingga menjadi sebuah sajian antarmuka menarik dalam bentuk teks, audio, video, arsip audio dan gambar. Konsep ini menunjukkan adanya hubungan strategis dalam mengelola informasi, produksi dan distribusi. Dipertegas oleh Cordeiro (2012:498), konvergensi memberikan perubahan dalam komunikasi media linier, tetapi juga menciptakan bentuk komunikasi *one-to-one*, *many-to-one* atau *many-to-many*, memungkinkan percakapan diantara *users*.

Radio siaran dalam lansekap media baru mengalami metamorfose menjadi bentuk baru radio yang menjadikan pendengarnya “*the e-listener*”. Isi radio diproduksi, diakses secara online dan tersedia secara *streaming*. Radio siaran mengombinasikan penyiaran terestrial FM dengan *online streaming* yang memberi pendengar pilihan diantara *platform* yang ada (siaran FM atau streaming internet) dan format isi. Jika mendengarkan pada format siaran FM, hanya tersedia suara. Jika menggunakan internet, suara tersedia (*on stream audio on demand*, arsip files), tetapi juga memungkinkan untuk membaca dan melihat video liputan.

Pada tahun 2000, SS menjadi pelopor konvergensi Radio Internet dan Pelopor Teknologi *Digital Broadcasting* pada tahun 2003. Pengembangan teknologi siaran interaktif di SS, merupakan *platform* produksi SS ke depan. Konvergensi dimaknai sebagai integrasi utuh seluruh aspek kegiatan atau aktivitas penyiaran baik *on-air*, *off-air event*, *on-line*, dan *on-mobile* yang satu sama lain saling terintegrasi mendukung layanan penyiaran.

Paradigma konsumen radio dengan revitalisasi praktis berubah. Saat ini tidak hanya mempunyai pendengar, tetapi juga ada pengakses SS (*the e-listeners*) bagi mereka yang mengakses SS lewat gadget (*smartphone, ipad, laptop*, dsb) ***on mobile*** maupun satelit. Terdapat juga informasi yang diakses tidak secara auditif, yakni melalui media sosial *Facebook* dan *Twitter*. Artinya media memasuki era teknologi tidak bisa bertahan lagi pada kejayaan masa lalu, di sisi lain harus mempertahankan visi yang dibawa pendiri di masa lalu, yakni tentang manfaat bagi orang banyak.

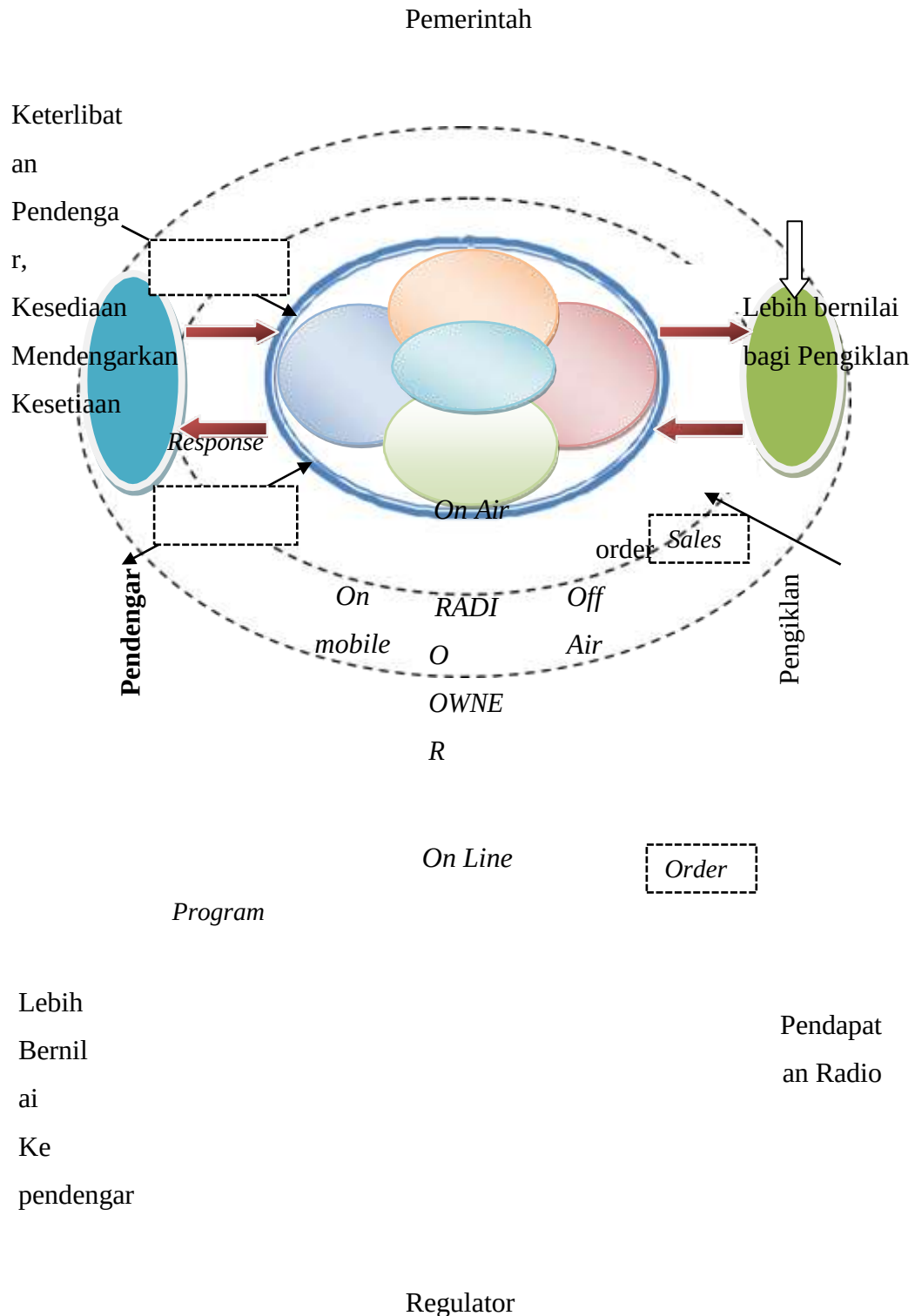
Media jejaring sosial yang ditengarai bisa menjadi entitas tersendiri di luar media konvensional menjadi pesaing media konvensional dalam waktu relatif cepat. Media harus memitirakan keduanya dengan saling memanfaatkan kelebihan dan kelemahan masing-masing. Sinergi media sosial dengan media konvensional membuka peluang para pengakses media untuk berkontribusi informasi di *e-listener*. Sehingga memungkinkan pendengarnya berbagi informasi setiap waktu tanpa harus *capek* antri menelepon ke redaksi.

Hal ini membuktikan bahwa keberadaan radio tidak akan pernah tergerus oleh zaman. Teknologi membuat radio siaran mengubah ‘tampilan luar’ radio. Radio tetap bisa melayani lintas generasi pendengar yang *technology minded*. Radio jalur terrestrial frekuensi tidak lekang oleh waktu, namun disinergikan dengan teknologi komunikasi internet. Ini untuk meraih generasi baru pendengar dan pengakses radio abad 21 yang *mobile* tekoneksi internet.

Radio tidak *out of date*. Radio tetap menjadi bagian terpenting bagi perkembangan manusia sebagai individu dan sebagai warga masyarakat. SS mengintegrasikan radio terrestrial dengan internet karena konvergensi menawarkan fleksibilitas operasional industri radio, seperti dalam diseminasi informasi, membangkitkan nilai produksi dan meningkatkan kualitas suara. Konvergensi mengintegrasikan radio ke dalam bentuk multimedia sebagai sebuah kesatuan menjadi bentuk baru dari penyiaran. Sehingga industri radio mampu menatap masa depan dengan menyeimbangkan aspek sosial dan aspek bisnis ditengah pesimisme pelaku media siaran.

Penulis melihat bahwa era *e-listener* para broadcaster mengimplementasikan konvergensi teknologi sebagai usaha mengintegrasikan siaran terestrial dengan internet untuk mendapatkan nilai tambah. Siaran *on-air* bisa mengambil materi informasi dari portal berita online, sehingga penyiar tidak perlu susah payah mentranskrip informasi seperti sebelumnya. Penyiar dan *gatekeeper* tinggal membacakan langsung informasi yang sudah ada hasil liputan jurnalistik reporternya.

Konvergensi dalam kasus di SS sebagai integrasi dari apa yang disebut sebagai model 4 “O” secara utuh dalam praktik radio siaran swasta dengan model bisnis terkini. Proposisi teori yang bisa diperoleh dari penelitian ini adalah partisipasi khalayak dalam proses produksi konten merupakan kunci budaya media konvergen. Istilah ini merujuk pada serangkaian fenomena yang bermula dan berhubungan dengan konvergensi teknologi, yang kemudian berimplikasi pada perubahan aktivitas produksi, yang sebelumnya dikuasai media, sementara khalayak hanya mengonsumsi. Melalui media interaktif, aktivitas produksi bisa dilakukan khalayak dan konsumsi bisa dilakukan oleh media. Adapun modelnya digambarkan sebagai berikut :



Gambar 4 : Model Aplikasi Konvergensi 4 “O” di Radio SS

Sumber : hasil olahan penulis

Konvergensi media memberikan implikasi bisnis radio dan bagi pengiklan, sekaligus membuka peluang meraih *target market* generasi pendengar baru. Fenomena konvergensi media ini akhirnya memunculkan beberapa konsekuensi logis. Di ranah praktis, konvergensi media bukan saja memperkaya informasi yang disajikan, melainkan juga memberi pilihan kepada pendengar atau pengakses untuk memilih informasi yang

sesuai dengan selera mereka. Konvergensi media juga memberikan kesempatan baru yang radikal dalam penanganan, penyediaan, distribusi dan pemrosesan seluruh bentuk informasi baik yang bersifat tekstual, audio, visual, data dan sebagainya.

Aplikasi teknologi komunikasi terbukti mampu *mem-by pass* jalur transportasi pengiriman informasi media kepada pendengar dan pengaksesnya. Dengan konvergensi, radio menjadi *multimedia*. Radio juga bisa melayani kebutuhan semua indera, baik indera pendengaran, penglihatan, bahkan tidak menutup kemungkinan teknologi bisa membuat radio melayani indera penciuman.

Radio yang diprediksi akan mati karena kehadiran televisi dan internet, tidak terjadi. Radio merupakan media yang unik, dapat dinikmati oleh anak-anak hingga orang tua. Radio merupakan media yang sangat murah dan dapat didengarkan dimana saja. Namun, radio yang berinovasi dan terus meningkatkan kemampuan serta kredibilitasnya, mampu bersaing dengan media-media lain.

Bagi seorang Errol Jonathans yang telah hampir 30 tahun sebagai profesional radio berpendapat, radio “lokal” harus mempertegas fungsi dan peran lokalnya dulu sebelum mengglokal (*on line*). Bila peran lokalnya sangat kuat dan dibutuhkan, radio akan tetap eksis. Artinya, wibawa global tercipta, lahir dari sikap radio yang memberdayakan publik lokal. Mengingat ‘kelokalan’ atau media berbasis lokal bisa mendapatkan kekuatan dan kemandirian berkat ikatan emosional dengan komunitas atau kota yang mereka layani.

Kesimpulan

Keberadaan media siaran awalnya lebih bersifat linier (saluran penyebaran informasi searah, indoktrinatif, penyuluhan) dalam perkembangannya telah menjadi model komunikasi menggunakan pendekatan dialogis atau interaktif. Hubungan yang kaku antara sumber informasi (*sender*) dan penerima informasi (*receiver*) bergeser ke arah diskusi terbuka di ruang publik, dimana setiap orang bisa mengekspresikan pemikiran, pandangan dan saran-saran mereka sendiri atas sesuatu, sehingga mengonstruksi peran bagi orang-orang biasa (*ordinary person*) yang berpartisipasi dalam proses komunikasi dan kehidupan sosial politik.

Isi siaran yang berorientasi kepada kepentingan publik lebih mengedepankan kepada apa yang publik butuhkan dan inginkan sebagai warga masyarakat biasa dengan *quality programming* dan informasi penting, sehingga menjadi sebuah lembaga penyiaran yang mengangkat isu-isu yang berangkat dari masyarakat untuk melayani kepentingan publik demi kebaikan publik.

Implikasi penyiaran interaktif terhadap pengelolaan produksi konten yaitu siaran interaktif telah menjadi format, bukan sekedar program acara. Format interaktif diterapkan untuk semua segmen program acara siaran, dan siaran interaktif meniadakan konsep *programming* pada umumnya seperti format *clock*, karena interaktif *unpredictable*. Peran tim *gatekeeper* sebagai editor siaran *on-air* menjadi tumpuan harapan siaran.

Partisipasi pendengar sebagai sumber dan pemasok informasi untuk sesama pendengar, melahirkan ‘reporter’ jalanan. Menariknya, pendengar tidak pernah mendapatkan teknik pelaporan jurnalistik radio. *Journalism* lebih menarik bagi *in coming generation* karena *gadget*

komunikasi mampu memproduksi konten dan menjadi medium penyiaran interaktif yang bisa mengirim, mengolah, dan mempublikasikan informasi kepada komunitasnya. Individu secara rutin setiap saat menyesuaikan kebutuhan informasi mereka. Sementara, media konvensional telah jauh mengintegrasikan ke teknologi internet atau media sosial. Implikasi teoritis bagi penelitian masa depan adalah partisipasi *audience* merupakan kunci dalam budaya media konvergensi modern.

Daftar Pustaka

- Arifin BH dan Emka, Zainal Arifin. editor. (2010). *Suara Surabaya Bukan Radio*. Surabaya: Suara Surabaya.
- Cordeiro, Paula. (2012). Radio Becoming R@dio: Convergence, Interactivity and Broadcasting Trends in Perspective. *Participations: Journal of Audience & Reception Studies*. Vol. 9, Issue 2. November 2012. Hlm. 492-510.
- McQuail, Denis. (2010) Denis. 2010. *McQuail's Mass Communication Theory*. 6th edition. London: SAGE Publications, Inc.
- , Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa Mcquail*. Terjemahan. Putri Iva Izzati. Jakarta: Salemba Humanika.
- Wibowo, Fred. (2012). *Teknik Produksi Program Radio Siaran*. Buku I *Mengenal Medium dan Program Radio Siaran*. Yogyakarta: Grasia Book Publisher.

.

Biodata Penulis

Ido Prijana Hadi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen

Petra, Jl. Siwalankerto 121 – 231 Surabaya, Email: ido@petra.ac.id

