



# RADIO SIARAN INTERAKTIF DAN LAYANAN PUBLIK



Ido Prijana Hadi

# **RADIO SIARAN INTERAKTIF DAN LAYANAN PUBLIK**

Ido Prijana Hadi

## RADIO SIARAN INTERAKTIF DAN LAYANAN PUBLIK

**CV. PENERBIT QIARA MEDIA**

298 hlm: 15,5 x 23 cm

Copyright @2020 Ido Prijana Hadi

ISBN: 978-623-7925-35-4

Penerbit IKAPI No. 237/JTI/2019

**Penulis:**

Dr. Drs. Ido Prijana Hadi, M.Si

Editor: Tim Qiara Media

Layout: Nur Fahmi Hariyanto

Desainer Sampul: Dema Nurvita Loka

Gambar diperoleh dari [www.google.com](http://www.google.com)

Cetakan Pertama, 2020

**Qiara Media**

**Diterbitkan oleh:**

CV. Penerbit Qiara Media - Pasuruan, Jawa Timur

Email: [qiaramediapartner@gmail.com](mailto:qiaramediapartner@gmail.com)

Web: [qiaramedia.wordpress.com](http://qiaramedia.wordpress.com)

Blog: [qiaramediapartner.blogspot.com](http://qiaramediapartner.blogspot.com)

Instagram: [qiara\\_media](https://www.instagram.com/qiara_media)

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip dan/atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku tanpa izin tertulis penerbit.

Dicetak Oleh CV. Penerbit Qiara Media

Isi diluar tanggung Jawab Percetakan

**UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR 19 TAHUN 2002  
TENTANG HAK CIPTA**

**PASAL 72  
KETENTUAN PIDANA  
SANKSI PELANGGARAN**

- a. Barangsiapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 Ayat (1) atau Pasal 49 Ayat (1) dan Ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp. 1.000.000,00 (Satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dengan atau denda paling banyak Rp. 5.000.000.000,00 (Lima miliar rupiah).
- b. Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta atau hak terkait sebagai dimaksud pada Ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (Lima ratus juta rupiah).

# KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus karena melalui berkat, tuntunan dan karuniaNya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Sehingga bisa dijadikan sebuah karya buku, yang diambil dari serpihan penelitian disertasi dengan judul “Radio Suara Surabaya Sebagai Media Informasi Interaktif”, sebuah Studi Kasus Radio Suara Surabaya Sebagai Media yang Memfasilitasi Proses Komunikasi Interaktif. Penelitian dilakukan dalam Program Pascasarjana Universitas Padjadjaran Bandung.

Penulis menyadari bahwa karya buku ini cukup lama tersimpan dalam laptop, dan baru sadar bila alangkah baiknya hasil penelitian ini diterbitkan dalam bentuk buku monograf, yang mungkin bisa berguna bagi pembaca yang tertarik dalam kajian radio siaran dan penelitian khalayak dalam Program Studi Ilmu Komunikasi.

Dari lubuk hati yang paling dalam, ijinakan penulis menyampaikan rasa terimakasih sekali kepada Prof. Dr. H. Engkus Kuswarno, Drs., MS selaku Ketua Tim Promotor disertasi, (Alm) Dr. Hj. Betty RFS Soemirat, Dra., MS dan Dr. Eni Maryani, Dra., M.Si selaku Anggota Tim Promotor. Beliau-beliau ini sangat penuh perhatian dan kesabaran ditengah kesibukan mereka sebagai pejabat struktural di Unpad dan Program Doktor waktu itu. Mereka selalu berupaya memberi waktu kepada penulis untuk konsultasi dan bimbingan serta dorongan dalam menyelesaikan penelitian disertasi.

Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada Drs. Errol Jonathans selaku Direktur Utama Suara Surabaya Media (SS Media) karena atas perkenankannya penulis diijinkan melakukan penelitian ini di tahun 2012/2013, sekaligus beliau sebagai informan kunci yang sangat berharga dalam memberikan data dan informasi yang diperlukan selama penelitian berlangsung. Penulis merasa mendapat kemudahan berkat bantuan beliau sebagai

orang nomor satu di SS berupa fasilitas untuk mengakses database SS selama observasi sampai melakukan penelitian lapangan.

Penulis juga menyampaikan terimakasih kepada Romy Febriansah SE selaku Direktur Administrasi Radio SS waktu itu, yang sudah membantu banyak dalam memberikan data tentang profil SS dan administrasi kepegawaian. Dari beliau lah penulis mendapatkan kemudahan akses menghubungi orang-orang internal SS untuk menjadi informan kunci penelitian. Seperti penyiar Drs. Yoyong Burhanudin, selaku Manajer Siaran SS yang sudah memberikan banyak data ketika wawancara mengenai program siaran SS yang mengandalkan kata dalam praktik siaran sejak 1994. Sebagai manajer yang masih melakukan siaran on air dalam Program Wawasan Kelana Kota memberikan gambaran utuh sebagai pelaku dan informan penelitian.

Kemudian terimakasih penulis sampaikan kepada Meinara Iman Dwihartanto selaku Manajer Pemberitaan SS yang sudah banyak memberikan data dan informasi seputar 'dapur' produksi berita SS dan strategi penyiar ketika handling siaran interaktif untuk menciptakan kenyamanan pendengar agar bisa berlama-lama bertelepon dalam memberikan informasi langsung on the spot. Juga terimakasih kepada Iping Supingah, S.Sos selaku reporter dan Supervisor Suarasurabaya.net, sebuah media online yang isinya untuk mendukung siaran on-air SS. Beliau banyak membantu penulis dalam mendapatkan data para pendengar dan pengakses yang representatif dalam penelitian disertasi. Sejak penulis mengenal SS, beliau adalah kawan diskusi yang tahu persis lapangan dan narasumber-narasumber penting SS selama ini. Serta Ir. Rudi selaku staf Penelitian dan Pengembangan SS Media, dari beliau lah penulis mendapatkan bantuan tak terhingga untuk mendapatkan database para pendengar aktif dan pengakses SS. Serta rund down program acara yang mendapat atensi baik dari para pendengarnya dan statistik penelepon.

Penulis juga mengucapkan banyak terimakasih pada keluarga Besar Radio Suara Surabaya dan Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) Daerah Jawa Timur, dan Ketua PRSSNI Jatim (2012) Lutfi Abdullah, SE yang sangat terbuka

dan akrab dalam memfasilitasi penulis menggali data yang diperlukan di asosiasi sepanjang penelitian disertasi ini dilakukan. Dr. Djudi Djoko Tjahjo, M.Si dan Almarhum Drs. Wolly Baktiono, M.Si selaku pengurus dan Anggota Dewan Kehormatan PRSSNI Jatim sekaligus rekan seprofesi pengajar dan kawan diskusi, Drs. Gatut Priyowidodo, M.Si., Ph.D rekan satu ruangan kerja, dan kawan dalam suka dan duka setiap hari. Setiap saat saling menguatkan dan memberi masukan – masukan dalam proses penulisan disertasi ini, serta dalam proses memaknai arti hidup dalam profesi ini.

Akhir kata, penulis juga merasa sungguh beruntung mendapat dukungan luar biasa dari istri tercinta Indah Kusumaratri, SS dan anak-anak terkasih dan tersayang kami ananda Amanda Tasya Feodora dan Sonia Dewi Imanuella. Mereka secara bergantian dan kadang serempak selalu memberi semangat penulis agar tetap menggelora dalam menghadapi segala kesulitan dalam penelitian lapangan, termasuk dalam studi maupun kehidupan. Walaupun masih banyak kewajiban yang belum mampu penulis tunaikan.

Semoga segala kebaikan dan ketulusan yang tercurah mendapat berkat dari Tuhan, sehingga menjadi berkat bagi kita semua. Tuhan memberkati. Selamat membaca karya buku, semoga memberi insight dan manfaat.

Surabaya, Agustus 2020

Penulis  
Ido Prijana Hadi

# DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>BAB I - PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1. Pendahuluan .....</b>	<b>2</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	2
1.2. Tujuan Penelitian.....	7
1.3. Jenis Studi .....	7
1.4. Manfaat/ Kegunaan Hasil Penelitian.....	8
1.5. Kajian Literatur .....	9
1.5.1. Penelitian Terdahulu.....	9
<b>2. Landasan Teori.....</b>	<b>21</b>
2.1. Teori Penerimaan Khalayak (Reception Theory) .....	21
2.2. Teori Media Tindakan Sosial (Social Action Media Theory) .....	24
2.3. Teori Media Demokrasi Partisipan.....	26
<b>3. Landasan Konseptual.....</b>	<b>29</b>
3.1. Mediamaking: Manusia Hidup dalam Komunikasi Media.....	29
3.2. Sekilas Perjalanan Radio Siaran di Indonesia.....	30
3.2.1. Radio Siaran Interaktif .....	33
3.2.2. Kekuatan dan Kelemahan Radio Siaran Interaktif.....	34



3.1.2.3. Kelana Kota Sambil Mengudarakan Informasi Di Program Kelana Kota.....	76
3.2. Pembahasan.....	78
3.2.1. Siaran Interaktif Memiliki Daya Tarik.....	78
3.2.2. Siaran Interaktif dengan Prinsip Proximity .....	82
3.2.3. Siaran Interaktif Membangun Komunikasi Solutif	85
3.2.4. Siaran Interaktif dengan Menjaga Keseimbangan Idealisme dan Bisnis .....	92

## **BAB IV - KARAKTERISTIK PENDENGAR DAN PENGAKSES**

<b>SUARASURABAYA.NET .....</b>	<b>95</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	96
4.1.1. Pendengar Setia, Solid, Kritis .....	96
4.1.2. Pengakses Laman <a href="http://www.suarasurabaya.net">www.suarasurabaya.net</a> .....	104
4.2. Pembahasan.....	106
4.2.1. Pendengar Mengakar Di Masyarakat Surabaya..	106
4.2.1.1. Andil Budaya 'Arek' dalam Menumbuhkan Pendengar Yang Setia, Solid dan Kritis ....	109
4.2.1.2. Dukungan Ribuan 'Reporter' Jalanan.....	112
4.2.2. SS.net Sebuah Tuntutan Perkembangan Melayani Pendengar .....	114
4.2.3. Media Habit.....	117

## **BAB V - PEMANFAATAN RADIO SS OLEH PARA PENDENGAR**

.....	<b>122</b>
5.1. Hasil Penelitian.....	123
5.1.1. Menjadi Referensi Pendengar.....	123
5.2. Pembahasan.....	132
5.2.1. Menjadi Lembaga Konfirmasi Informasi .....	132
5.2.2. Topik Berpindah Dari Satu Informasi Ke Informasi Lain.....	136

## **BAB VI - MEMBANGUN KESADARAN PARTISIPASI PUBLIK TERHADAP KEGIATAN-KEGIATAN YANG MENYANGKUT KEPENTINGAN PUBLIK..... 138**

6.1. Hasil Penelitian.....	139
6.1.1. SS Melihat Potensi Pendengar .....	139
6.1.2. SS Menjadi Mediator Publik.....	142
6.1.3. Mengkampanyekan Gerakan Perubahan .....	143
6.2. Pembahasan.....	147
6.2.1. SS Memberdayakan Potensi Pendengar .....	147
6.2.2. Relasi Media, Masyarakat dan Pemerintah .....	151
6.2.3. Membangun Komunikasi Dialog Di Ruang Publik.....	154

## **BAB VII - MEWADAHI INTERAKSI SOSIAL BAGI BERBAGAI KEPENTINGAN PUBLIK..... 159**

7.1. Hasil Penelitian.....	160
----------------------------	-----

7.1.1. Fasilitator dalam Interaksi Berbagai Pihak Tentang Kepentingan Publik .....	160
7.2. Pembahasan.....	163
7.2.1. Interaksi Memberi Pemahaman Publik Terhadap Kejelasan dan Kepastian Informasi Untuk Kepentingan Publik .....	163
7.2.2. Traffic Report Menjadi Kekuatan Interaksi Interaktif .....	168
7.2.3. Tipe Interaksi dalam Media Interaktif.....	169

**BAB VIII - PARTISIPASI PENDENGAR DALAM SISTEM  
PRODUKSI KONTEN ..... 173**

8.1. Hasil Penelitian.....	174
8.1.1. Pendengar Kunci Kecepatan Informasi.....	174
8.1.1.1. Tidak Meliput Berita, Tetapi Membuat Berita .....	175
8.2. Pembahasan.....	177
8.2.1. Kecepatan Informasi Bermanfaat Bagi Sesama Pendengar .....	177
8.2.2. Jurnalistik Warga Menjadi Kekuatan SS .....	179

**BAB IX - IMPLIKASI PENYIARAN INTERAKTIF TERHADAP  
PENGELOLAAN PRODUKSI KONTEN..... 182**

9.1. Hasil Penelitian.....	183
----------------------------	-----

9.1.1. Siaran Interaktif Mengandalkan Partisipasi Pendengar .....	183
9.1.2. Siaran Interaktif Meniadakan Clock Programming .....	185
9.2. Pembahasan.....	187
9.2.1. Pendengar Sebagai Pemasok Informasi dan Akurasi Berita.....	187
9.2.2. Siklus Partisipasi Pendengar dan Proses Produksi Berita On Air.....	191
9.2.3. Manajemen Komunikasi Gatekeeper .....	196
9.2.4. Konvergensi Menjadi Platform Produksi Konten SS .....	200

**BAB X - REGULASI PENYIARAN MEDIA INFORMASI INTERAKTIF.....208**

10.1. Hasil Penelitian .....	209
10.1.1. SS Menyiasati Regulasi: Tidak Membuat Warta Berita Tetapi Informasi.....	209
10.1.2. Radio Tak Berizin.....	213
10.1.3. Regulasi Belum Mengatur Penyiaran Yang Mengintegrasikan Internet.....	215
10.2. Pembahasan.....	217
10.2.1. Pemerintah Orde Baru Melarang Radio Swasta Membuat Berita.....	217

10.2.2. Lemahnya Peran Pemerintah (Daerah) dan Pengaruh Pengiklan.....	221
10.2.3. Risiko Siaran Interaktif dan Rambu-Rambu.....	224
10.2.4. Media Online Tetap Menerapkan Kode Etik Jurnalistik .....	228
10.2.5. Demokratisasi Media dan Dominasi Siaran .....	229
10.2.6. Regulasi Baru dan Regulator .....	234

**BAB XI - PEMBAHASAN JUDUL: RADIO SIARAN INTERAKTIF DAN LAYANAN PUBLIK..... 241**

**BAB XII - SIMPULAN DAN SARAN ..... 257**

12.1. Simpulan Umum .....	258
12.2. Simpulan Khusus.....	261
12.3. Saran-Saran .....	268
12.3.1.Saran dalam Aspek Keilmuan.....	268
12.3.2.Saran Praktis.....	270

**DAFTAR PUSTAKA ..... 273**

**BIOGRAFI PENULIS ..... 281**

# DAFTAR TABEL

No	Uraian Hlm
1.	Sekilas Perjalanan Historis Perkembangan Radio Siaran di Indonesia.....31

# DAFTAR GAMBAR

No	Uraian Hlm
1.	Skema Kerangka Pemikiran dan Penelitian..... 43
2.	Model Interaksi On Air Antara Pendengar, Media, dan Lembaga..... 90
3.	Model Komunikasi Konfirmasi Informasi..... 133
4.	Model Komunikasi Interaktif di Media Siaran ..... 157
5.	Model Siklus Partisipasi Pendengar SS..... 193
6.	Model Proses Produksi Berita On Air SS..... 195
7.	Model Aplikasi Konvergensi 4 “O” di Radio SS ..... 203
8.	Tampilan Visual website Radio SS dengan “Video Streaming” ..... 206

# **BAB I**

# **PENDAHULUAN**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Radio sekarang ini tidak hanya dilihat dari satu sisi sebagai alat distribusi informasi (*apparatus for distribution*) terpusat ke individu, tetapi radio telah menjadi aparatus komunikasi (*communication apparatus*) atau medium komunikatif dalam kehidupan publik – meminjam istilah Bertolt Brecht (1932) seorang dramawan dan penulis Jerman yang menulis *The Radio as an Apparatus of Communication* (Everett & Caldwell, 2003: 30). Berikut pernyataannya:

*“change this apparatus over from distribution to communication. The radio would be the finest possible communication apparatus in public life... That is to say, it would be if it knew how to receive as well as to transmit, how to let the listener speak as well as hear, how to bring him into a relationship instead of isolating him. On this principle the radio should step out of the supply business and organize its listeners as suppliers. Any attempt by the radio to give a truly public character to Public occasions is a step in the right direction”.*

Makna pernyataan tersebut, individu mampu mentransmisikan pesan seperti halnya menerima. Bagaimana memberi kesempatan pendengar berbicara seperti mendengar. Prinsip ini akan membawa pendengar radio sebagai *suppliers* (pemberi) informasi. Mengizinkan individu untuk terlibat sebagai partisipan aktif.

Radio ibarat ruang terbuka yang tidak pernah sepi aktivitas, meminjam istilah Bertolt Brecht (1932) – *the theatre of mind*, tapi juga *theatre of thinking*. Radio tidak pernah habis dikupas dari berbagai sudut pandang. Radio telah mengakar di benak masyarakat sebagai media yang memiliki fungsi majemuk. Sebagai media yang merakyat, radio terus menjadi arena pertarungan kekuasaan sejak revolusi kemerdekaan sampai zaman reformasi. Namun, tidak banyak tulisan atau hasil penelitian yang mengupas radio secara mendalam, kebanyakan hanya berisi panduan praktis keradioan atau rekaman perkembangan teknologi penyiaran.

Sementara itu, industri radio dari sisi bisnis dalam era teknologi komunikasi konvergensi cukup babak belur untuk bisa bertahan hidup. Kehadiran internet di Indonesia sejak 1995 pelan-pelan menggeser popularitas radio siaran. Radio pernah menjadi primadona dimasanya, namun ketika era teknologi komunikasi makin masif, perhatian warga masyarakat mulai terbagi. Akses untuk mendengarkan radio tidak lagi melalui pesawat radio, namun kehadiran teknologi *gadget* dan *operating system android* telah memudahkan penggunanya mengakses beragam informasi

dan hiburan, yaitu dengan mengunduh berbagai aplikasi media seperti *Spotify, Soundcloud, iTune*, bahkan banyak radio siaran di Indonesia sudah mengembangkan siarannya melalui *streaming radio*.

Kemajuan teknologi memberi perkembangan radio siaran dengan mengadopsi model *networking* dan masuk ranah digital serta bebas dimanfaatkan untuk *social empowerment* tanpa kontrol dan kendali dari penguasa. Namun untuk radio dan televisi yang masih menggunakan ranah publik (*public domain*) infrastruktur dan konten siarannya tetap diatur oleh lembaga yang bersifat independen, yaitu Komisi Penyiaran Indonesia (KPI/KPID).

Sementara di sisi lain, dalam konteks akademis, kajian radio siaran justru menunjukkan gejala stagnasi. Setelah Paul De Maessenner (dalam Masduki, 2003:xiii), peneliti perbandingan radio antarnegara, kajian radio dari perspektif akademis jarang muncul. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan sebagai bentuk perhatian sekaligus keprihatinan atas mandegnya studi keradioan (*radio studies*) dengan harapan dapat memberikan kontribusi teoritik dan praktis pada bidang studi Ilmu Komunikasi.

Berangkat dari alasan tersebut, ternyata hingga penelitian ini dilakukan, masih banyak warga masyarakat yang tetap setia mendengarkan radio. Hal ini menjadi kekuatan serta keunikan radio siaran, karena masih memiliki basis pendengar yang kuat

bahkan bisa dibilang militan. Keunikan lain, di tengah serbuan aplikasi teknologi komunikasi untuk mengakses informasi, justru siarannya tetap populer dan khas dijalanannya. Sehingga hal ini menarik untuk diungkap kepermukaan. Ini lah yang menjadi alasan penulis melakukan penelitian ini, yaitu fenomena Radio Suara Surabaya beserta pendengarnya. Para pendengarnya biasa menyebut Radio SS atau SS yang mengudara pertama kali 11 Juni 1983.

Ciri khas radio ini termasuk sesuatu yang dianggap *nyeleneh*, keluar dari pakem, bahkan bertolak belakang dengan teori keamanan radio pada umumnya. Sehingga radio komersial ini menjadi salah satu contoh industri media konvensional yang tetap eksis dan sukses di tengah himpitan perkembangan media digital yang makin masif. Guna terus bisa hidup, maka Radio SS yang sejak 2009 telah mengembangkan *radio streaming*, *radio on demand*, dan *visual radio*, tetap terus mengembangkan konsep jurnalisme warga dalam siaran hariannya, dari generasi ke generasi. Dikelola oleh orang-orang yang mempunyai visi dan misi yang cerdas mengikuti zaman, bahkan kadang dibilang tidak lazim.

Sejak tahun 1994 Radio SS mengembangkan siaran interaktif berbasis jurnalistik yang beberapa tahun kemudian diformulasikan dengan melibatkan partisipasi pendengar. Pendengar yang secara sukarela menjadi reporter dan informan, jumlahnya mencapai sekitar 400.000 di tahun 2009. Lingkup dan

dampak siarannya melampaui peran radio konvensional. Julukan radio ini, bila tidak berlebihan, sering disebut media penggerak partisipasi publik, penggalang kekerabatan sosial, sumber solusi permasalahan publik, dan inspirator kebijakan kota.

Bahkan Arifin BH (2010:vii) menulis, pendengar menyebut Radio SS sebagai “*alun-alun komunikasi*” dan demokratisasi publik. Sejalan dengan Garin Nugroho (dalam Panjaitan & Siregar, 2003:5) menyebut media penyiaran merupakan *alun-alun demokrasi modern* yang begitu besar dan begitu dahsyat dampaknya bagi kehidupan dan kebudayaan. Radio siaran yang awalnya bersifat linier menjadi interaktif. Radio menjadi mediator antara narasumber dan publiknya. Relasi stasiun radio, narasumber, pendengar aktif, atau pengakses yang menyampaikan pesan (informasi/ berita dan hiburan) saling mengisi. Perilaku para pendengar dan pengakses (*user*) yang terlibat dalam proses produksi konten sangat menarik dicermati.

Berbagai alasan orang modern masih setia mendengarkan siaran radio hingga penelitian ini dilakukan. Radio menjadi tempat orang menyapa sesama dan berinteraksi, dimana kesadaran kolektif publik pendengarnya secara individu bisa dipahami secara subjektif. Berangkat dari fenomena komunikasi inilah penulis tertarik untuk mengkaji dalam perspektif studi keradioan kontemporer. Dimana, radio siaran terestrial ditengah hiruk pikuk keriuhan kota metropolitan dan perkembangan teknologi

komunikasi dan internet, keberadaanya tetap aktual dalam memberi kontribusi bagi perkembangan warga masyarakat kota Surabaya Raya (Sidoarjo, Gresik dan Surabaya), yaitu sebagai media informasi interaktif yang memberikan layanan publik untuk kepentingan publik demi kebaikan publik.

## **1.2. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang menarik dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana realitas dinamika Radio SS sebagai media informasi interaktif menjadi lembaga yang memwadahi interaksi sosial sehari-hari bagi berbagai kepentingan publik dengan partisipasi dan karakteristik pendengarnya yang khas dengan memadukan *user* media daring dalam era komunikasi konvergensi.

## **1.3. Jenis Studi**

Jenis studi kasus ini merujuk pada Yin (2009) dengan kategori *eksploratori* dengan *single case* untuk mengeksplorasi situasi yang diintervensi dan menghasilkan serangkaian keluaran. Penelitian ini merupakan kajian media yang memfokuskan pada telaah sebuah kasus unik di Radio Suara Surabaya. Radio siaran swasta yang menjadi media informasi interaktif bagi warga Kota Surabaya Raya. Partisipasi pendengar menjadi bagian dalam proses produksi konten informasi dan memwadahi aspirasi, termasuk dalam media informasi interaktif di laman

<http://www.suarasurabaya.net>. Perubahan sosial dan konteks budaya juga ikut membentuk karakter publik pendengar media ini.

#### **1.4. Manfaat/ Kegunaan Hasil Penelitian**

Manfaat dalam penelitian kajian media radio siaran ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis dan praktis yaitu:

- a. Secara teoritis diharapkan mampu memberikan kontribusi pada studi kajian media dan khalayak (*users*), terkait dengan perkembangan baru media siaran konvensional, yang mensinergikan teknologi komunikasi dan informasi digital dalam proses komunikasi pada komunitas warga Kota Surabaya dan sekitarnya. Tahapan analisis studi dengan menginterpretasi pada konteks pengalaman sehari-hari aktor atau pelaku, pendengar atau pengakses media daring dengan memperhatikan faktor karakter atau komunikasi yang demokratis dan interaktif dalam isi media yang selama ini belum atau kurang diamati dalam penelitian-penelitian terdahulu.
- b. Secara praktis diharapkan mampu memberikan wawasan kepada pelaku industri media dan pembaca mengenai bagaimana radio interaktif beroperasi yang mensinergikan teknologi sebagai media komunikasi auditif dan visual bagi

pendengar atau pengakses dalam relasi media dengan publiknya.

## **1.5. Kajian Literatur**

Beberapa teori/ konsep yang digunakan sebagai dasar pemahaman tentang keterkaitan studi yang diusulkan dengan literatur yang dikaji, sehingga kajian literatur memberikan kontribusi terhadap pemahaman peneliti dan pembaca tentang topik yang diteliti. Termasuk hasil-hasil penelitian terdahulu yang telah ada, relevan dengan studi/ penelitian ini.

### **1.5.1. Penelitian Terdahulu**

Beberapa penelitian secara akademiki tentang media penyiaran dan media interaktif yang relevan dengan penelitian ini adalah :

- a. Henri Subiakto (2010) dalam Disertasi di Universitas Airlangga berjudul *Kontestasi Wacana Tentang Sistem Penyiaran yang Demokratis Pasca Orde Baru: Analisis Konstruksi Sosial Relasi Negara, Industri Penyiaran, dan Civil Society*. Studi ini dimaksudkan untuk menjelaskan pola hubungan antara negara, industri penyiaran, dan *civil society* dalam diskursus Sistem Penyiaran Pasca Orde Baru, membuktikan adanya kooptasi industri terhadap negara, dan *civil society*. Serta berusaha menjelaskan mengenai peran kalangan *civil society*, industri penyiaran, dan negara dalam diskursus sistem

penyiaran yang demokratis. Fokus penelitian adalah kontestasi wacana mengenai konsep penyiaran yang demokratis di Indonesia pasca Orde Baru. Bagaimana kontestasi itu merefleksikan proses konstruksi sosial mengenai relasi antara negara, *civil society* dan industri penyiaran, dalam konteks waktu sejak UU Penyiaran ditetapkan hingga masa pemerintahan SBY-JK berakhir pada Oktober 2009.

Kajian pustaka menyoroti kejayaan negara di masa Orde Baru, dimana negara merupakan mesin represi untuk melanggengkan kepentingan. Negara dengan kekuatan aparatusnya memiliki kecenderungan untuk mendominasi dan melakukan hegemoni kepada masyarakat agar terjadi ketertundukan. Pasca reformasi terjadi deregulasi di bidang media massa, munculnya kebebasan berekspresi yang ditandai dengan jaminan kebebasan pers dan kebebasan berpendapat. Sedangkan demokratisasi ditandai dengan dibukanya kran kebebasan berpolitik dan perubahan kelembagaan. Paradigma penelitian adalah konstruksi sosial, dan paradigma kritis untuk melengkapi analisisnya dalam upaya “membongkar” realitas semu untuk menemukan realitas lain yang tersembunyi. Metode pengumpulan data berupa telaah dokumen, hasil wawancara, dan data hasil pengalaman keterlibatan peneliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Orde baru memiliki surplus akses ke media, memiliki legalitas mengontrol media

serta monopoli pemberian lisensi. Di lain pihak, para pemilik media memiliki kekuasaan penuh terhadap para pekerjanya. Boleh dikatakan rezim orde baru benar-benar menguasai segalanya. Kalangan pengusaha, maupun masyarakat, terhegemoni dan tunduk di bawah kekuasaan negara. Pola hubungan antara negara, *civil society*, dan industri penyiaran menunjukkan adanya kooptasi industri terhadap negara dan *civil society*. Lemahnya penegakkan aturan ideal implementasi serta munculnya aturan yang akomodatif pada kepentingan industri merupakan indikator yang kuat terhadap pola hubungan semacam ini.

- b. Rachmiate (2005) dalam Disertasi di Universitas Padjadjaran berjudul Keberadaan Radio Komunitas Sebagai Eskalasi Demokratisasi Komunikasi pada Komunitas Pedesaan di Kecamatan Cisewu dan Wanayasa. Studi tentang media penyiaran yang keberadaannya mengemban peran dan fungsi media yang ideal dalam praktik radio siaran, namun telaah penelitiannya pada Lembaga Penyiaran Komunitas di radio komunitas. Walaupun jenis lembaga siaran yang dikaji berbeda dengan penelitian ini, namun dalam mengembangkan misi siaran dan kontrol sosial ada kemiripan, sehingga patut menjadi referensi.

Landasan teoritisnya menggunakan teori struktural fungsional dan teori *uses and dependency* untuk menggambarkan adanya

keterkaitan antara sistem sosial dengan sistem media komunikasi dalam sebuah komunitas. Sedangkan dalam membahas demokratisasi komunikasi menggunakan teori masyarakat komunikatif dari Habermas dan demokratisasi komunitarianisme dari Tehranian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif etnografi komunikasi dengan teknik pengumpulan data *depth interview* dan *focus group discussion*. Tokoh masyarakat formal dan informal serta perintis dan pengelola radio komunitas merupakan informan kunci. *Focus group discussion* dilakukan terhadap kelompok *grassroot* di masing-masing kecamatan. Hasil penelitiannya menunjukkan radio komunitas muncul serentak di pedesaan karena dorongan perubahan politik di Indonesia, yaitu kondisi keterbukaan pada era reformasi. Tersedianya berbagai forum dan saluran komunikasi di ruang publik ternyata memberi semangat dan kesadaran warga pedesaan tentang hak mereka untuk mengemukakan pendapatnya. Namun kondisi ini tidak disertai dengan pembelajaran warga lebih profesional dalam berkomunikasi. Peran dan fungsinya belum optimal untuk informasi antar warga dalam meningkatkan intensitas komunikasi interaktif kolektif.

- c. Judy Djoko Wahjono Tjahjo (2012) dalam Disertasi di Universitas Airlangga Surabaya dengan judul Studi Ekonomi Media Tentang Pengaruh Jenis Acara dan Jangkauan Siaran

terhadap Jumlah Pendengar dan Keuntungan Perusahaan pada Industri Jasa Radio Siaran di Wilayah Gerbangkertosusila (Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo dan Lamongan). Disertasi ini dilakukan dalam perspektif objektif dimaksudkan untuk mengetahui hubungan kausalitas variabel jenis acara, jangkauan siaran, jumlah pendengar dan keuntungan radio siaran.

Perspektif teori menggunakan *ekonomi media* dimana media masa adalah merupakan entitas ekonomi, yang berhubungan dengan produksi dan penyebaran (distribusi) dari sebuah “pesan” yang diperuntukkan bagi target-target kelompok masyarakat. Jasa media komunikasi atau yang disebut sebagai “pesan media” (berita, musik, hiburan, iklan) adalah merupakan komoditas ekonomi yang dapat dinilai dari hasil proses mekanisme pasar.

Studi ini juga menguji teori perilaku konsumen dan produsen dimana pada intinya teori ini memberikan penjelasan pemahaman bagaimana proses perilaku konsumen yang menentukan kebijakan untuk memilih dari berbagai alternatif pilihan terhadap barang dan jasa yang paling optimal dalam memberi kepuasan kepada konsumen. Bagi produsen, teori ini menjelaskan bagaimana proses perilaku produsen untuk menentukan kebijakan memproduksi barang dan jasa dari

berbagai alternatif produksi barang dan jasa yang akan diproduksi.

Pendekatan studi kuantitatif dan jenis studi eksplanatif, yaitu berusaha untuk mendiskripsikan variabel, mengkonfirmasi teori melalui pengujian hipotesis. Model penelitian menggunakan *path analysis* dengan teknik analisis *Partial Least Square / PLS*. Studi menggunakan data sekunder *Radio Audience Measurement (RAM)* yang diterbitkan Nielsen Media Research dengan rentang waktu tahun 2005-2008.

Hasil uji kuantitatif menunjukkan *jenis acara berpengaruh signifikan terhadap jumlah pendengar* dengan koefisien jalur -0,318 dan  $p=0,05$ . Sedangkan *jangkauan siaran berpengaruh signifikan terhadap jumlah pendengar* dengan koefisien jalur 1,116 dan  $p=0,05$ . Analisis PLS juga menunjukkan *pengaruh signifikan jenis acara terhadap keuntungan perusahaan* dengan koefisien jalur -0,164 dan  $p=0,05$ . Pengaruh signifikan juga terjadi pada *hubungan jangkauan siaran terhadap keuntungan perusahaan* dengan koefisien jalur sebesar 0,625 dan  $p=0,05$ . Sebagai variabel intervening *jumlah pendengar juga berpengaruh signifikan terhadap keuntungan perusahaan* dengan koefisien jalur 0,488 dan  $p=0,05$ .

- d. Dewi K. Soedarsono (1999) dalam tesis masternya di Universitas Padjadjaran dengan judul *Peranan Program Siaran Radio Suara Surabaya FM dalam Perkembangan Opini dan*

*Perilaku Khalayak Pendengar*, lebih menekankan pada efektivitas penggunaan media radio untuk mencapai gratifikasi melalui program jurnalistik radio.

Soedarsono lebih menyoroti bagaimana pendengar menggunakan media radio sebagai salah satu alat untuk memenuhi kebutuhan mereka akan informasi dan hiburan. Apa harapan pendengar dan bentuk kepuasan apa yang mereka peroleh setelah mendengarkan radio ini. Perspektif teoritisnya menggunakan *uses and gratifications*, dengan metode penelitian deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Kesimpulannya menunjukkan kebutuhan pendengar akan informasi terpenuhi. Program siaran yang dikemas secara interaktif menyebabkan pendengar termotivasi untuk aktif mengemukakan opininya melalui program tersebut. Perilaku pendengar terpengaruh bilamana untuk menambah pengetahuan mereka.

Dalam studi Soedarsono tersebut, walaupun melakukan analisis silang berdasarkan angket dan *focus group discussion* dengan sampel pendengar aktif Radio SS (28 responden). Kedalaman analisis dilengkapi dengan angket FGD, wawancara dengan pengelola radio dan praktisi radio siaran. Namun mengabaikan setting sosial, maupun analisis yang mengungkap faktor-faktor historis dan makna subyektif, seperti pengalaman pendengar berikut alasan-alasan mereka ketika berinteraksi dengan radio tersebut. Fokus penelitian pada pendengar,

sehingga menyebabkan studi tersebut kurang komprehensif, tidak mendalam, dan kurang mengeksplorasi lebih jauh tentang peran Radio SS sebagai industri dan pendengar dalam isu-isu media lokal dan nasional. Relasi media, masyarakat dan pemerintah belum tersentuh.

- e. Danang Tandyono (2002) dalam tesis masternya di Universitas Padjadjaran melakukan studi dengan judul *Pengaruh Kebutuhan Menelpon Interaktif Terhadap Kepuasan Penelpon Radio SS FM*, dengan menekankan pada bagaimana pengaruh menelpon interaktif terhadap kepuasan pendengar Radio SS. Tujuan utama penelitiannya adalah untuk melihat pola hubungan yang mengungkapkan pengaruh kebutuhan kognitif, afektif, integratif personal, integratif sosial dan kebutuhan hiburan secara bersama-sama terhadap kepuasan penelpon Radio SS, dan seberapa besar pengaruhnya.

Tandyono melakukan studinya dengan memfokuskan pada satu jenis perilaku konsumsi Radio SS yaitu perilaku menelpon. Metode yang digunakan survey (*simple random sampling*), dimana responden dipilih berdasarkan nomor telepon yang masuk pada satu bulan terakhir. Jumlah responden 320 orang, dengan *path analysis* dan analisis regresi dapat diketahui pengaruh dan peranan kebutuhan terhadap kepuasan.

Perspektif teoritisnya sebagai dasar uji teori adalah *uses and gratifications* dan *expectancy-value (applied theory)* dengan

asumsi khalayak aktif dalam media massa interaktif. Hasil kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa kebutuhan kognitif, afektif, dan integratif personal secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan. Peranan variabel bebas terhadap variabel terikat menunjukkan bahwa semakin tinggi kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, dan kebutuhan integratif personal menyebabkan semakin tinggi kepuasan penelpon Radio SS.

Studi yang dilakukan Tandyono tersebut, masih memfokuskan pada studi khalayak. Pertanyaan-pertanyaan seputar apa, bagaimana, dan mengapa yang melatarbelakangi khalayak bertindak menelpon Radio SS tidak berhasil diungkap ke permukaan. Disisi lain, merujuk pada teori yang digunakan untuk diuji seharusnya lebih sesuai dengan mengaitkan kebutuhan individu pada *media exposure* dengan jenis isi siaran yang dikonsumsi.

Sumber, isi pesan, frekuensi, durasi dan atensi tidak terindikasi dalam penelitian ini. Berbagai hubungan antara pendengar dengan isi program siaran yang dikonsumsi atau dengan Radio SS secara keseluruhan tidak terungkap dalam kajian studi ini. Sehingga jelas dibagian akhir studinya, perilaku menelpon interaktif tidak dipengaruhi oleh semua kategori kebutuhan yang mendorong perilaku tersebut. Kepuasan penelpon selaku pendengar hanya sebatas memenuhi kebutuhan kognitif,

afektif dan integratif personal. Kebutuhan akan hiburan dan integratif sosial sama sekali tidak memberikan pengaruh terhadap kepuasan, karena terjadi *missconception* teori.

- f. Mc. Millan dalam Lievrouw dan Livingstone (2006:205) yang berjudul *Exploring Models of Interactivity from Multiple Research Traditions: Users, Documents and Systems* menekankan bagaimana individu berinteraksi melalui media, sifat isi yang interaktif, dan bagaimana antarmuka (*interface*) individu dengan komputer dan telekomunikasi sebagai *host* komunikasi interaktif. Studinya lebih menekankan pada eksplorasi interaktivitas karakter media baru yang menghasilkan model interaktivitas dalam komputer berbasis internet dan *games*.

Melalui metode observasi partisipan mendalam, ia berhasil mengidentifikasi interaktivitas yang merujuk pada tiga tradisi penelitian interaktivitas dan arah komunikasi, yaitu: *human-to-human interaction*, *human-to-documents interaction*, dan *human-to-system interaction*. Yang pertama, bagaimana individu berinteraksi dengan sesama individu dimediasi oleh medium komputer dan internet sebagai bagian dalam tradisi komunikasi manusiawi (interaksi antar-persona; interaksi simbolik; interaksi sosial) atau dikenal dengan konsep *computer-mediated communication* (CMC).

*Kedua*, bagaimana individu berinteraksi dengan isi dan dengan penulis dokumen. Ini bisa dilihat ketika sebagai *active users* menginterpretasi dan menggunakan pesan-pesan media, termasuk *active navigation* dalam website dan sebagai partisipasi aktif dalam menciptakan fiksi interaktif. Hubungan 'tatap-muka' yang tercipta antara partisipan dengan aktor adalah *para-social relationship*. *Ketiga*, bentuk interaktivitas ini merupakan sesuatu yang sentral dalam media baru, yaitu bagaimana individu berinteraksi dengan sistem komputer atau berbagai jenis sistem media baru. Seperti tampilan antarmuka mengandung unsur seni dan ilmu, *user-friendly*, interaktif, menarik, dan tidak membingungkan ketika *user* berselancar di *website*.

- g. Jeongsub Lim dalam Journal of CMC (Vol 15, issue 2 (2010) hlm. 293-313: ICA) yang berjudul *Convergence of Attention and Prominence Dimensions of Saliency among Major Online Newspapers* menekankan pada dimensi penonjolan perhatian dan kepentingan surat kabar online dalam liputan berita. Fokus pada potensi koran online mempengaruhi media berita lain sebagai sumber informasi, konvergensi, perhatian dan kepentingan dalam penempatan cerita yang memberi dampak opini publik. Tujuan dari studi Lim, adalah untuk mengeksplorasi dimensi perhatian dan kepentingan (*fame*) dalam liputan berita online.

Perspektifnya objektif dengan metode *survey* empat surat kabar online *NYTimes.com*, *USATODAY.com*, *washingtonpost.com*, dan *LATimes.com*. Perspektif teori menggunakan dimensi utama *salience* seperti perhatian (*attention*) dan hal-hal penting (*prominence*). Hasil penelitian empat koran online tersebut setuju bahwa tidak hanya agenda isu (atensi penonjolan) yang penting, tetapi juga penempatan cerita (status penonjolan) menjadi daya tarik pengakses menemukan topik dengan cepat untuk membacanya.

- h. Deborah S. Chung dan Seungahn Nah dalam *Journal of CMC* (Vol 14, Issue 4 (2009) p. 855-874. ICA) yang berjudul *The Effects of Interactive News Presentation on Perceived User Satisfaction of Online Community Newspapers* menekankan pada asosiasi antara komunitas online khalayak berita dalam penggunaan fitur interaktif yang menawarkan berbagai presentasi berita dan persepsi kepuasan dari komunitas situs berita. Tujuan dari studi ini adalah untuk mengidentifikasi hubungan antara berbagai tipe gaya sajian berita interaktif dan level kepuasan. Perspektif Objektif - kuantitatif dengan metode *web based survey*, menggunakan teori *CMC, Interactivity and Online News*. Hasilnya mengindikasikan bahwa fitur interaktif secara positif berhubungan dengan persepsi kepuasan dengan eksepsi dari forum dan fitur pertanyaan dan jawaban (Q & A). Hasil juga

menunjukkan bahwa fitur penyesuaian (*customization features*), seperti submisi konten, surat ke editor, dan email langsung secara eksklusif positif signifikan sebagai prediktor dari persepsi kepuasan terhadap situs berita komunitas

## **2. Landasan Teori**

Guna memahami fenomena yang menjadi kajian penelitian ini, peneliti menelusuri dari gagasan-gagasan teoritik yang sudah ada sebelumnya, yaitu pendekatan *media making* bahasan mengenai manusia hidup dalam komunikasi media dengan teori penerimaan, studi media tindakan sosial dan teori media demokratis partisipan. Berikut adalah penjelasannya.

### **2.1. Teori Penerimaan Khalayak (*Reception Theory*)**

Studi mengenai hubungan yang terjadi antara media dan khalayak (pembaca, pemirsa, pendengar, pengguna internet) menjadi perhatian utama menarik untuk dikaji. Media mampu menjadi stimuli individu untuk menikmati sajian pesan atau program yang ditampilkan. Isi media mampu menjadi wacana perbincangan yang menarik apabila dikaitkan dengan konteks budaya. Pemirsa atau pendengar mampu mengkonstruksi/menciptakan makna sesuai teks dan konteks atas efek dramatisasi visual atau imajinasi dari media.

Studi *reception* (studi penerimaan) adalah salah satu yang berkembang di kajian budaya (*cultural studies*), yang memfokuskan pada pesan atau wacana komunikasi dan berimplikasi pada pembaca. Analisis resepsi dalam pandangan kajian budaya merujuk pada kajian yang memfokuskan pada aktifitas interpretif pemaknaan (*meaning*), produksi (*production*), dan pengalaman (*experience*) khalayak dalam interaksi dengan teks media. Fokusnya pada proses *decoding*, interpretasi, dan ‘pembacaan’ sebagai inti dari konseptualisasi analisis resepsi (Hagen dan Wasko, 2000: 8).

Para peneliti secara hati-hati membedakan penelitian empiris terhadap khalayak dari penelitian yang dilakukan dengan paradigma postpositivis. Studi penerimaan ini menggunakan teori berbasis khalayak yang berfokus pada bagaimana beragam jenis anggota khalayak memaknai bentuk isi media tertentu. Inti dari teori penerimaan (*reception theory*) adalah untuk *menemukan pemahaman dan pembentukan makna pada penerima*. Khalayak sebagai aktif *interpreter*. Khalayak diposisikan sebagai pihak yang memiliki kekuatan dalam menciptakan makna secara bebas dan bertindak atau berperilaku sesuai dengan makna yang mereka ciptakan atas teks media tersebut. Pesan media selalu terbuka dan bermakna banyak (polisemi) serta ditafsirkan menurut konteks dan budaya *si* penerima.

Kata *reception* (Inggris) berasal dari kata *recipere* (Latin), yang diartikan sebagai penerimaan atau penyambutan pembaca. Dalam arti luas resepsi didefinisikan sebagai pengolahan teks, cara-cara pemberian makna terhadap karya (Ratna, 2009:165). *Audience* merasakan (*make sense of*) media sebagai sebuah produk budaya dan bagaimana interpretasi atas apa yang mereka baca, lihat, dan dengar. Proses interpretasi terjadi apabila *audience* media mampu memberikan makna tersendiri atas ritual konsumsi media yang dilakukan setiap harinya, dalam konteks sosialnya. Konsumsi isi media mampu memberikan *shared experience* seseorang dengan orang lain melalui tahapan konteks penggunaan media (*contexts of media use*).

*Reception analysis* adalah metode yang merujuk pada sebuah komparasi antara analisis tekstual wacana media dan wacana khalayak, yang hasil interpretasinya merujuk pada konteks, seperti *cultural setting* dan *context* atas isi media lain” (Jensen, 2003:139). “Khalayak dilihat sebagai bagian dari *interpretive communitive* yang selalu aktif dalam mempersepsi pesan dan memproduksi makna, tidak hanya sekedar menjadi individu pasif yang hanya menerima saja makna yang diproduksi oleh media massa” (McQuail, 1997: 19).

## 2.2. Teori Media Tindakan Sosial (*Social Action Media Theory*)

Max Weber (1864-1920) merupakan tokoh yang memberi sumbangan terhadap teori tindakan sosial (*social action*) (baca Anwar dan Adang, 2013:145-147). Dalam pandangannya mengenai individu cenderung menempatkannya dalam kerangka “tindakan” atau sekedar pada pola interaksi individu, oleh karena itu analisis sosial pada akhirnya selalu berhubungan dengan tindakan individu. Upaya *verstehen* (pemahaman subjektif) adalah sebuah metode atau cara guna memperoleh pemahaman yang sah mengenai arti subjektif tindakan sosial.

Tindakan sosial muncul dari stimulus atau respon atas suatu perilaku manusia yang menjalankan fungsinya sebagai anggota masyarakat, dimana secara tak langsung tindakan ini lebih bersifat subjektif yang dilakukan aktor dalam lingkungan masyarakat.

Para ilmuwan media mengklaim bahwa perspektif tindakan sosial (*social action*) didasari pemikiran *interpretive*, yang kemudian mengembangkan menjadi studi media tindakan sosial, dimana realitas isi media digunakan dan diinterpretasi dalam rutinitas keseharian. Studi media tindakan sosial adalah sebuah pendekatan penelitian yang menekankan aktivitas interpretif khalayak media dalam konteks sehari-hari (Littlejohn dan Foss, 2009:887). Klaim yang timbul dari penelitian ini sering dalam lingkup *idiographic* yaitu, penjelasan perilaku khalayak adalah terbatas pada kondisi kasus yang sedang dikaji.

Media tindakan sosial dikembangkan dari berbagai filosofi konstruktivis, yang secara umum sebagai sebuah pandangan manusia sebagai kesadaran, *self-reflexive agents* yang mengonstruksi realitas melalui usaha-usaha komunikatif mereka sendiri. Pendekatan ini berpendapat sangat berbeda dari pandangan khalayak dari tradisi *media effects*, atau bila dibandingkan dengan lainnya dalam tradisi khalayak aktif seperti menggunakan dan gratifikasi.

Asumsi teori ini adalah manusia mengonstruksi makna-makna teks dan teknologi media dalam bingkai kolektif pemahaman. Media tindakan sosial menilai khalayak terdiri atas banyak komunitas yang sangat berbeda, yang masing-masing memiliki nilai-nilai, gagasan, dan ketertarikannya sendiri. makna tidak ada dalam pesan itu sendiri, tetapi dihasilkan oleh sebuah proses interpretif di dalam khalayak. Khalayak yang berbeda akan menafsirkan atau memahami apa yang mereka baca atau lihat dalam cara-cara yang berbeda. Sebagai contoh, program perbincangan radio (*talk show*) mungkin berarti banyak, bergantung pada siapa yang mendengarkannya.

Senada dengan apa yang dikatakan Renckstorf (dalam Margot, 2004:165), khalayak sebagai produser subyektif atas makna-makna, yang secara aktif mengonstruksi dan menginterpretasi penggunaan media dalam hubungannya ketertarikan, intensi, dan tujuan mereka. Hal utama dari *reception* analisis dibanding media

tindakan sosial adalah bahwa fokusnya kemudian secara eksklusif pada hubungan ‘pembaca’ dan teks, kurang memerhatikan konteks sosial media. Penjelasan *reception* diperoleh dari *hasil wawancara*, sementara dalam media tindakan sosial merupakan *hasil observasional data* (Littlejohn, 2009:889). Tindakan sosial, kemudian, adalah proses keberartian diri sendiri secara penuh (*process of behaving meaningfully*) dalam dunia sehari-hari. Khalayak membuat teks mereka sendiri dari konten media dalam rangka mencapai tujuan mereka yang beragam.

### **2.3. Teori Media Demokratik Partisipan**

Era demokratisasi dan liberalisasi saat ini seringkali mendapat ancaman justru datang dari media massa itu sendiri. Sistem Pers Tanggung Jawab Sosial tidak bisa mencegah terjadinya ‘tekanan pasar’, yang berakibat pada monopoli media dan opini publik oleh sekelompok tertentu. Sementara dalam Sistem Pers Liberal menyebabkan terjadinya apa yang disebut “pemassalan” atau “masyarakat massa” (Arifin, 2011:67), yang diakibatkan oleh pers industri yang memiliki tiras sangat besar, sehingga tidak memberikan peluang bagi individu dan masyarakat minoritas mengungkapkan aspirasinya.

Teori Media Demokratik Partisipan lahir sebagai reaksi atas komersialisasi dan monopoli media oleh swasta, seperti dalam Sistem Pers Liberal. Disamping itu, teori ini juga sebagai reaksi atas

sentralisme dan birokratisasi siaran publik. Teori ini menyukai keserbaragaman, skala kecil, lokalitas, *de*-institusionalisasi, kesetaraan dalam masyarakat, dan interaksi. Media digunakan untuk merangsang dan mendayagunakan kelompok pluralitas, bukan sebaliknya media dikawatirkan menjadi penganjur dan penyebab munculnya keseragaman budaya. Media menjadi pelayan sekaligus mempunyai daya untuk membangun masyarakat yang beradab.

Seperti ditegaskan Baran & Davis (2010:154) bahwa media mendukung pluralisme kultural di tingkat masyarakat. Hal ini dimaknai bahwa melalui komunikasi media yang baik, satu sama lain bisa saling memahami, setiap orang akan memiliki kesempatan yang setara melibatkan diri dalam perbincangan dan mengemukakan persetujuan, penolakan dan penafsiran fakta. Bahkan dengan cara komunikasi itu pula mereka bisa mengungkapkan perasaan dan sikap secara bebas terbuka tanpa pembatasan diri.

Teori Media Demokratik Partisipan hampir sama dengan konsep “jurnalisme warga”, dimana masyarakat sebagai titik sentral dalam komunikasi horisontal. Warga negara secara individu dan kelompok minoritas memiliki hak untuk memanfaatkan media (hak untuk berkomunikasi) dan hak untuk dilayani oleh media sesuai dengan kebutuhan, kepentingan, dan

aspirasi "penerima" dalam masyarakat politik dalam relasinya dengan hak atas informasi yang relevan.

Dalam praktiknya, pertumbuhan dan perkembangan penyiaran di Indonesia sejak diundangkannya UU No 32/ 2002 Tentang Penyiaran telah mewarnai kehidupan pers di Indonesia. Model penyiaran interaktif dan partisipatif merupakan konsep kunci dalam teori ini. Warga masyarakat mempunyai hak menjawab kembali, hak menggunakan sarana komunikasi untuk berinteraksi dalam skala media kecil dalam skala komunitas, kelompok kepentingan atau sub-kultur.

Praktik jurnalisme warga yang melibatkan masyarakat dalam *news production* dan *delivery* membawa manfaat besar, dan bisa langsung dirasakan bagi masyarakat. Tidak dipungkiri, radio sangat cepat memberikan informasi dan memiliki kedekatan dengan masyarakat, atau komunitas di sekitarnya. Karena menempatkan publik pendengarnya sebagai subjek, tidak semata-mata objek liputan. Publik tak hanya disorot, tetapi juga menyorot. Publik tak hanya konsumen berita tetapi juga produser berita.

Gagasan-gagasan ini lah yang kemudian menjadikan Teori Media Demokratik Partisipan masuk dalam teori normatif, yaitu merujuk hak dan tanggung jawab yang mendasari pengharapan akan keuntungan media bagi individu dan masyarakat. Seperti ditegaskan oleh McQuail (2011:178) mengenai pengaturan *media*

*seharusnya* atau *sebenarnya* yang diharapkan, dan bertindak bagi kepentingan publik demi kebaikan masyarakat sebagai kesatuan.

### **3. Landasan Konseptual**

#### **3.1. *Mediamaking*: Manusia Hidup dalam Komunikasi Media**

Peristiwa sesuatu yang diliput media mengilustrasikan apa yang dimaksud dengan manusia hidup dalam dunia dari media, bukan dalam sebuah dunia media. Media dalam demokrasi barat telah menjadi begitu terhubung dengan setiap aspek realitas, sehingga realitas media dan realitas nyata menjadi *blurred*. Keinginan untuk mengisolasi media dari kehidupan manusia, seperti media dan politik, media dan budaya, media dan masyarakat, media dan ekonomi atau media dan khalayak sama halnya dengan menganggap mudah realitas. Kenyataannya realitas begitu kompleks dan memiliki keunikan.

Media disatu sisi membentuk (*making*) realitas atas peristiwa tertentu, namun pada saat yang bersamaan realitas (politik, budaya, ekonomi, dsb) yang muncul mempengaruhi (*making*) media. Proses ini sebagaimana dikatakan oleh Grossberg, Wartella & Whitney (1998:7) merupakan *mediamaking*. Terminologi *mediamaking* menyiratkan bahwa media dibuat oleh dirinya sendiri, sementara media secara simultan membuat sesuatu yang lain lagi. Media mempunyai kekuatan dalam kehidupan

kontemporer, namun disisi lain media tidak bisa lepas dari realitas yang membentuknya.

*Mediamaking* pada prinsipnya merupakan upaya untuk memahami realitas dan media pada waktu yang bersamaan dengan melihat media dan semua hubungan yang melibatkan media dalam hubungan aktif, memproduksi dunia, pada saat yang sama dunia sedang diproduksi oleh media. Termasuk membangun konteks dari apa yang dikonstruksi melalui teks media. Dengan kata lain, ada upaya untuk memahami makna (teks) yang dibuat media.

### **3.2. Sekilas Perjalanan Radio Siaran di Indonesia**

Bertold Brecht membuat tulisan pendek soal revolusi peran media radio pada tahun 1932, ketika radio menjadi alat propaganda Nazi (dalam Coleman & Ross, 2010:39; Arifin BH, 2010:9), "*Radio harus diubah dari alat distribusi jadi sistem komunikasi. Radio telah menjadi alat komunikasi kehidupan masyarakat yang paling besar yang dapat dipikirkan. Ia ibarat sistem saluran yang besar*". Artinya, radio bertugas tidak hanya mengirim atau menyiarkan tetapi juga menerima. Implikasinya, radio akan membuat pendengar tak hanya mendengar, tetapi juga berbicara dan tidak membuat pendengar terisolasi, tetapi menghubungkannya dengan proses perubahan negara dan masyarakat.

Inilah tonggak awal radio siaran sebagai institusi masyarakat, dimana kehadirannya di tengah masyarakat dalam upaya memberikan pelayanan informasi publiknya. Ungkapan *the voice of the voiceless*, yang bermakna radio siaran menjadi suara dari mereka yang tidak dapat bersuara, seperti masyarakat kebanyakan yang suara, keinginan, dan kebutuhannya tidak pernah terdengar karena tidak punya kesempatan untuk mengungkapkan suaranya. Radio siaran juga menjadi saluran atau media masyarakat kebanyakan yang tidak punya media (*the media of the medialess*), artinya ada unsur keberpihakan institusi radio siaran pada masyarakat kebanyakan.

Berbagai peristiwa yang berkaitan dengan keradioan di Indonesia tidak lepas dari konteks politik dan ekonomi yang selalu menempatkan penguasa negara sebagai aktor dominan. Secara singkat perjalanan panjang radio siaran dan pergulatannya dengan misi sosial-ekonomi dan politik di Indonesia dapat dilihat Tabel 1 berikut:

**Tabel 1: Sekilas Perjalanan Historis Pergulatan  
Radio Siaran di Indonesia**

- 16 Juni 1925, radio BRV (*Bataviase Radio Vereniging*) berdiri di Jakarta dengan status milik swasta.
- 11 September 1945, RRI berdiri di Jakarta, status milik pemerintah

PERIODE	MISI	TEKNOLOGI	PERSPEKTIF
1925-1940-an	Alat perjuangan anti pemerintah kolonial Belanda, Jepang, dan Sekutu	Amatir/ AM	Linier
1950-1960-an	Alat mobilisasi ideologi rezim Orde Lama dan Orde Baru	Amatir/ AM	Linier
1970-1980-an	Alat mobilisasi ideologi rezim Orde Baru yang otoriter hegemonik, kepentingan pembangunan, sarana bisnis dan hiburan	Profesional/ AM, FM	Linier
1990-sekarang	Medium bisnis, hiburan, informasi/ berita, pencerahan publik, dan demokratisasi.	AM-FM Networking, Internet, dan Satelit	Linier, dan atau Interaktif/ <i>multittraffic</i>

Sumber: Disarikan dari Masduki (2003:15); Effendy (2003:156)

Sejak akhir 1998, siaran radio di Indonesia mengalami ‘modernisasi’ dan penguatan peran sosial politik yang amat signifikan. Perkembangan itu secara garis besar dipengaruhi oleh perubahan regulasi seperti SK Menpen 134/1998, yang menghapus semua aturan ketat materi siaran radio, UU Penyiaran

No. 32/2002, UU Pers No. 40/1999. Situasi ekonomi dan politik nasional-lokal: otonomi daerah, perizinan lebih mudah, peningkatan daya beli-daya kritis pendengar terhadap siaran radio. Integrasi teknologi siaran, analog terestrial dengan digital (konvergensi): internet, satelit, dan seluler. Implikasi semua ini adalah sistem penyiaran yang lebih terbuka dan variatif dengan karakteristik isi siaran yang lebih interaktif dan berorientasi pada kepentingan publik.

### **3.2.1. Radio Siaran Interaktif**

Model komunikasi siaran interaktif sebenarnya telah lama dikembangkan stasiun radio. Perbedaannya kalau sebelumnya siaran interaktif terbatas untuk titip salam sambil memesan lagu, keluh-kesah, berbagi pendapat dan pengalaman, konsultasi atau tebakan kuis. Kini program interaktif telah jauh melibatkan partisipasi para pendengar untuk *news production* dan *delivery*. Ada pertukaran informasi atau sekedar berbagi pengalaman dari warga masyarakat, secara spontan, setara dan dua arah.

Wibowo menegaskan (2012:55) pola komunikasi yang selama bertahun-tahun rezim Orde Baru (32 tahun) praktikkan dalam penyiaran bersifat *top-down* telah bergeser dengan apa yang disebut sebagai pola komunikasi yang lebih horisontal, melibatkan kebutuhan komunikasi dan informasi masyarakat agar terakomodasikan dalam program siaran.

Pendekatan *pola komunikasi horisontal* bersifat interaktif, dimana sumber dan penerima yang keduanya sering berada dalam kutub yang berbeda melebur, karena semuanya dapat menjadi sumber dan penerima sekaligus. Keduanya menjadi partisipan yang saling terlibat dalam proses komunikasi. Apa yang dikomunikasikan adalah permasalahan yang sama-sama dialami oleh para partisipan, baik di studio siaran maupun partisipan yang berada di luar studio, yang oleh keduanya diubah menjadi tema perbincangan menarik dalam siaran.

Program-program interaktif merupakan imbalan yang baik terhadap program-program komersial, atau dikombinasikan menjadi program perbincangan komersial yang membawa manfaat pendengar. Dengan demikian radio siaran swasta meskipun berorientasi bisnis, namun mampu sebagai institusi masyarakat yang memiliki keberpihakan pada kepentingan publik demi kebaikan publik yang memberikan makna dalam kehidupan kultural.

### **3.2.2. Kekuatan dan Kelemahan Radio Siaran Interaktif**

Kekuatan radio siaran interaktif menurut penulis antara lain bersifat langsung, dimana program yang disampaikan tidak mengalami proses yang kompleks. Berita, informasi, atau pesan yang disampaikan dari para pendengar dapat langsung diutarakan saat itu. Informasi tersiar lebih cepat dan aktual. Laporan

langsung para pendengar mempunyai daya tarik karena memiliki sifat yang serba 'hidup' berdasarkan apa yang mereka ketahui, saksikan, dan rasakan. Radio memiliki kedekatan, karena masalah yang dibahas berasal dari masalah keseharian yang dihadapi pendengar. Apalagi dengan dukungan kemajuan teknologi seperti *handphone*, interaksi di antara publik pendengar radio bisa makin erat.

Sementara kelemahan radio siaran interaktif, informasi dari para pendengar sifatnya terbatas, sekilas dengar dan tidak bisa detil. Kualitas sinyal telepon selular yang tidak stabil setiap saat sehingga suara tidak jelas dan sambungan mudah putus, tidak semua pendengar bisa berbicara lancar. Ditambahkan oleh Brandt, Sasono, dan Gunawan (2001:142) siaran interaktif selalu ada penelepon 'berlangganan' yang selalu ikut di hampir setiap program interaktif yang komentarnya bisa membosankan, atau disampaikan dengan cara bertele-tele/ banyak bicara sehingga menghabiskan waktu, mereka hanya ingin mendengarkan suaranya sendiri di udara. Tak terkecuali juga pendengar yang sering berkomentar atas sesuatu dengan kata-kata yang kasar atau 'nylekit'.

Kelemahan lain secara umum adalah informasi yang terlanjur disampaikan pendengar secara *on air* tidak bisa diulang, karena radio siaran sebenarnya tidak mengenal ralat. Apa yang sudah diucapkan, walau informasinya sembarangan atau salah, tidak bisa

diulang atau ditarik kembali. Karena pendengar lain sudah terlanjur mendengarkannya. Sehingga kesalahan informasi bila tidak segera dilakukan *on air re-check* oleh penyiar atau *gatekeeper* akan menjadi kebenaran bagi pendengar lain.

Melalui manajemen *gatekeeper* sebagai editor dan perkembangan teknologi komunikasi kelemahan-kelehaman yang sifatnya teknis berhasil “dihilangkan”, khususnya pasal hanya bisa didengar, pesannya terbatas, sekilas dengar/ mudah hilang, dan berita radio sulit didokumentasikan akhirnya menjadi tidak relevan lagi. Teknologi mampu menghadirkan *radio online/ internet* yang bisa diakses dimana pun pendengarnya berada. Di samping itu, dengan *radio on demand* yang merupakan arsip penyiaran bisa diakses kembali kapan pun dan dilengkapi *video streaming* radio sehingga mampu bersiaran 24 jam sehari.

### **3.2.3. Peran Radio Siaran**

Radio bagaimana pun merupakan media lokal yang diharapkan mampu berperan dalam mengartikulasikan kebutuhan informasi masyarakat sekitar sekaligus mengisi ceruk pasar. Media radio umumnya lahir dengan mengusung keberanekaragaman dengan kemampuan mengakomodasi kemajemukan aspirasi masyarakat lokal. Sehingga dititik ini terjadi desentralisasi media yang melahirkan kemajemukan politik, yang sangat berguna untuk

menyalurkan dan menampung *local voice* dan *local choice* (lihat Yusuf, 2011:324).

Peran media yang dapat menumbuhkan partisipasi masyarakat baik untuk kepentingan masyarakat sendiri, maupun hubungan masyarakat dengan kebijakan-kebijakan publik lewat negara, tanpa disadari akan menjadi suatu kekuatan di era transisi. Media menjadi wahana informasi yang strategis dalam menampung aspirasi *grassroot* atas berbagai keputusan yang akan diambil pemerintah, sekaligus menginformasikan keputusan itu sendiri. Hal ini senada dengan Tim LSPP (2005:x) dimana media memainkan peran dalam hubungannya dengan *good local governance* dalam konteks otonomi dan partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan. Jack Snyder (2003) sebagaimana dikuti Tim LSPP (2005: 8) juga melihat peran positif yang dapat dilakukan media, yaitu sebagai *pendidik, pengidentifikasi masalah, penyedia forum, dan penguat sosiokultural* bagi komunitasnya. Robert Dahl (dalam Oetama, 2001:76) menyebut peran media yang bebas sebagai “*the availability of alternative and independent sources of information*”.

Diskusi radio tidak sekedar dialog tanya-jawab, tapi merupakan bentuk forum pertukaran opini dan gagasan. Keragaman dan kekayaan khazanah gagasan tersebut bisa diangkat ke program-program radio, sekaligus menjadi indikator kualitas pelaksanaan demokrasi di mana radio itu beroperasi. Hal

penting dalam diskusi radio seharusnya dilakukan dalam rangka *mencari solusi, menjelaskan masalah, mengonfirmasi* (mencari kejelasan di antara berbagai spekulasi), dan *katarsis* (melepaskan tekanan/ melepaskan kekesalan dan kegeraman orang pada penguasa). Senada dengan Astuti (2008:136) diskusi radio bisa melibatkan *man on the street*, komentar atas topik atau berita tertentu, dengan peserta pendengar aktif melalui telepon atau hadir di studio.

Media yang memujudkan ruang publik bebas dan otonom bagi khalayak mampu menghadirkan demokratisasi. Media merupakan *market place of ideas*, ajang tempat berbagai isu disampaikan, dipertukarkan, didiskusikan. Ruang publik sebagai kondisi yang memungkinkan interaksi secara rasional horisontal melalui kebebasan berbicara lewat media. Dalam proses komunikasi sosial, peran ideal radio sebagai institusi media publik di ruang publik adalah mewadahi sebanyak mungkin kebutuhan dan kepentingan pendengarnya. Radio menyajikan konten siaran sesuai dengan dinamika pendengar yang makin kritis, menuntut dan problematika kehidupan yang makin kompleks. Lokalitas radio dengan keterdekatan sosiokultural menyatu dengan situasi aktual di sekitar radio berada.

Masduki (2004:11) menegaskan peran sosial radio adalah untuk *sosialisasi, aktualisasi* dan *advokasi*. Sementara secara normatif fungsi media menurut Habermas (dalam Kushendrawati,

2011: 185) media sebagai ruang untuk membangun diskursus publik demi terbentuknya masyarakat kritis, sehingga dapat berfungsi sebagai kontrol terhadap kebijakan negara ataupun komunitas bisnis. Frekuensi sebagai ranah publik harus dimanfaatkan untuk kepentingan publik demi kebaikan publik.

### **3.3. Konvergensi Media**

Konvergensi merupakan prinsip umum yang secara fundamental sebagai titik pusat ke berbagai teori-teori dalam bidang komunikasi. Namun secara salah kaprah konvergensi disamakan dengan konsensus. Konvergensi adalah 'gerakan menuju satu titik', terhadap narasumber, terhadap daya tarik umum, dan terhadap kesamaan, karena realitanya tidak pernah akan mencapai kesamaan yang persis. Misalnya, dua orang tidak pernah bisa memaknai informasi yang sama (mencapai makna sama), yang ada hanya mencapai derajat kesamaan (*degree of similarity*).

Dalam komunikasi manusia, tujuan dari respon partisipan komunikasi adalah mendapatkan *mutual understanding*. Hal ini senada dengan Rogers (1986: 200) yang menyatakan bahwa, "komunikasi adalah sebuah proses dimana partisipan menciptakan dan berbagi informasi dengan orang lain dalam upaya untuk mencapai *mutual understanding*".

Konvergensi komunikasi berkembang, ketika fenomena kemajuan teknologi yang demikian pesat menggabungkan atau menyatukan teknologi komputer, telekomunikasi, dan media massa dalam lingkungan digital secara bersama, atau yang didefinisikan oleh Pavlik dan McIntosh (2004:19) sebagai, *“the coming together of computing, telecommunications, and media in a digital environment is known as convergence”*. Sementara menurut Dijk (2006:7) *“the most important structural new media characteristic is the integration of telecommunications, data communications and mass communications in a single medium. It is the process of convergence. For this reason, new media are often called multimedia”*.

Konvergensi juga berarti menyatunya media massa seperti media cetak, audio, dan video ke dalam satu media digital. Walaupun definisi konvergensi masih menjadi perdebatan dan belum disepakati oleh banyak pihak, namun yang terpenting konvergensi adalah transformasi dari sifat alamiah komunikasi massa, ke dalam bentuk baru dengan implikasi-implikasi baru yang menyertainya.

Dalam dunia penyiaran radio, konvergensi mengurangi kelemahan utama radio akan keterbatasan jarak, waktu, proses produksi, distribusi, dan konsumsi. Program acara radio sifatnya sekilas lalu hilang, daya jangkauan terbatas dan mengandalkan kekuatan pancaran gelombang radio akhirnya terbantahkan

dengan teknologi konvergensi. Radio tetap unggul dalam distribusi siaran yang bersifat langsung, cepat, dan mampu menciptakan ruang imajinasi pendengar dimana pun mereka berada dengan teknologi satelit dan internet.

### **3.4. Regulasi**

Sebagai media massa, radio siaran konvensional sangat bergantung dengan frekuensi siaran. Dimana frekuensi adalah sangat terbatas dan merupakan ranah publik (sumber daya alam terbatas), yang penggunaannya harus diatur oleh lembaga negara yang diberi wewenang. Siapa pun yang mengeksploitasi frekuensi sebagai ranah publik mesti mengembalikan manfaat sebesar-besarnya untuk kepentingan publik, tidak mengotori ruang publik dengan program siaran yang tidak mendidik dan tidak bermutu.

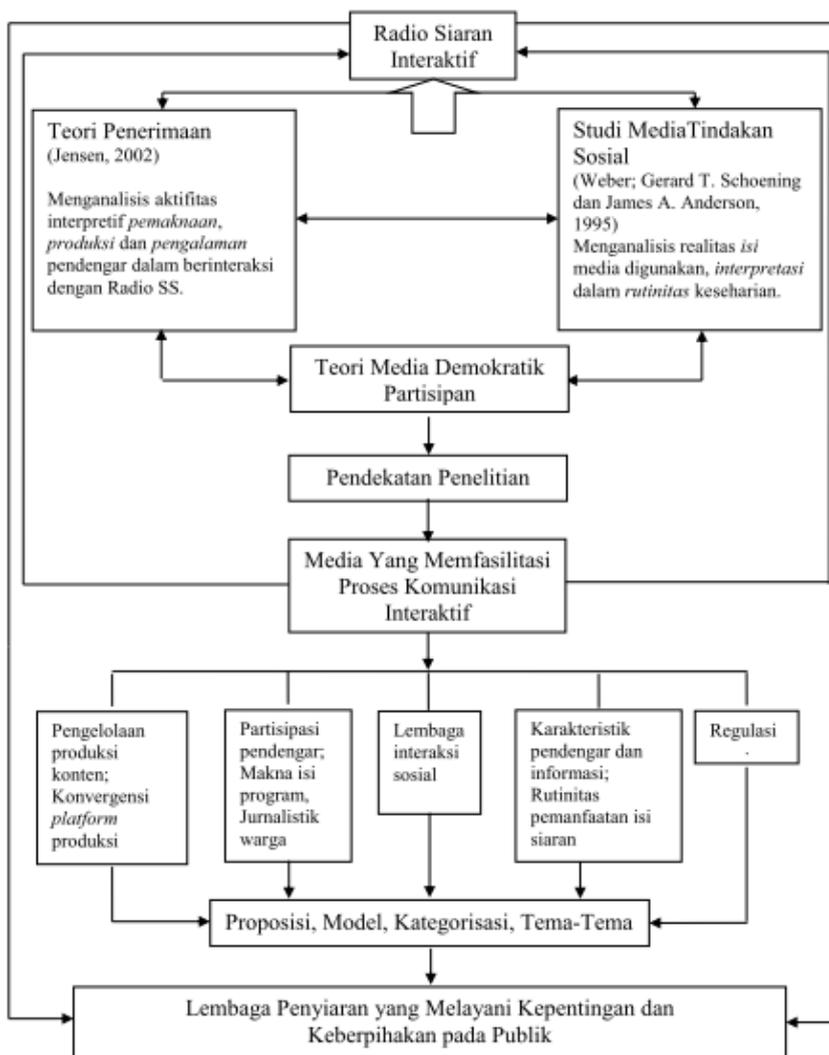
Industri pers nasional dalam operasionalisasinya telah diatur dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers, yang mempunyai spirit menyempurnakan UU No. 21 Tahun 1982 yang sangat *sentralistik*, adanya campur tangan penguasa melalui perijinan dan kebijakan. Sementara dalam UU No. 40 tahun 1999 industri pers nasional merupakan lembaga sosial dan ekonomi yang mekanisme operasionalnya diserahkan ke sistem pasar. Hal ini sebenarnya melandasi spirit *desentralisasi* dalam kemerdekaan pers nasional.

Regulasi media penyiaran elektronik di Indonesia tidak bertumpu pada pemerintah saja, tetapi pada lembaga resmi yang sudah dibentuk yaitu Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Tugas KPI adalah mengatur dan menata infrastruktur penyiaran dengan *mengeluarkan izin* penyelenggaraan penyiaran (pengaturan frekuensi dan teknologi siaran), *pendirian lembaga, isi siaran* (program siaran), dan aspek lain, seperti wilayah jangkauan siaran, teknik dan perangkat penyiaran, kegiatan jurnalistik, hak siar, ralat siaran, arsip siaran, iklan sampai sanksi. KPI juga melayani pengaduan masyarakat dalam bidang penyiaran dengan mengacu pada Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3-SPS).

Selain diatur oleh undang-undang, tata kerja dan kode etik terkait dengan profesi juga menjadi subyek penyelenggaraan lembaga penyiaran. Seperti wartawan penyiaran dalam melaksanakan kegiatan jurnalistik media elektronik tunduk kepada Kode Etik Jurnalistik dan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Pasal 42). Namun UU Penyiaran dan UU Pers belum mengakomodasi secara khusus bentuk atau sistem penyiaran audio berbasis digital melalui internet. Sementara media massa (tv, radio, surat kabar, dan majalah) sudah bergerak jauh dengan mengawinkan teknologi transmisi siaran berbasis frekuensi dengan teknologi internet (*streaming*). Terlepas dari regulasi yang

ketinggalan, akhirnya menjadi keniscayaan radio siaran masa depan melalui teknologi konvergensi.

### 3.5. Kerangka Pemikiran dan Penelitian



**Gambar 1: Skema Kerangka Pemikiran dan Penelitian**

#### **4. Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan uraian dalam latar belakang penelitian dan konsep teori yang dikemukakan di bagian awal, maka yang menjadi fokus pada penelitian ini adalah bagaimana realitas dinamika Radio SS sebagai media informasi interaktif. Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka pertanyaan-pertanyaan penelitiannya adalah :

- a. Apa alasan Radio SS menjadi sebuah media informasi interaktif?
- b. Seperti apakah karakteristik pendengar Radio SS dan pengakses website [Suarasurabaya.net](http://Suarasurabaya.net)?
- c. Bagaimana pemanfaatan Radio SS oleh para pendengarnya?
- d. Bagaimana Radio SS membangun kesadaran partisipasi publik terhadap kegiatan-kegiatan yang menyangkut kepentingan publik?
- e. Bagaimana Radio SS mewadahi interaksi sosial sehari-hari bagi berbagai kepentingan publik?
- f. Bagaimana partisipasi pendengar Radio SS dalam sistem produksi konten?
- g. Bagaimana implikasi penyiaran interaktif terhadap pengelolaan produksi konten?
- h. Bagaimana regulasi penyiaran media informasi interaktif?

## 5. Metodologi Penelitian

### 5.1. Paradigma, Pendekatan dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma *interpretive* konstruktivis, yang menurut Neuman (2000:71) *interpretive* “*is the systematic analysis of socially meaningful action through the direct detailed observation of people in natural settings in order to arrive at understandings and interpretations of how people create and maintain their worlds*”. Artinya paradigma interpretif dalam konteks penelitian sosial digunakan untuk melakukan interpretasi dan memahami alasan-alasan dari para pelaku terhadap tindakan sosial yang mereka lakukan, yaitu cara-cara dari para pelaku untuk mengkonstruksikan kehidupan mereka dan makna yang mereka berikan kepada kehidupan tersebut. Konstruktivisme mengklaim bahwa kebenaran bersifat relatif dan kebenaran tersebut tergantung pada suatu perspektif.

Penelitian ini menggunakan *pendekatan kualitatif*, mementingkan makna, konteks dan perspektif *emik*. Melalui pendekatan kualitatif mampu mengungkap dan menjelaskan secara tepat dan mendalam. Alasan lain menggunakan pendekatan kualitatif, karena memahami diskursus media informasi interaktif, berarti ingin memahami sesuatu yang ada di dalam dunia teks, sekaligus yang menjadi pembicaraan orang. Rangkaian diskursus sebagai konsep yang dikaji, berupa pernyataan-pernyataan dan

pemaknaan dari subyek penelitian yang berkaitan dengan praktik SS sebagai media informasi interaktif.

Hal-hal yang dilakukan di lapangan adalah *pertama*, peneliti meletakkan kebenaran-kebenaran atau asumsi-asumsi alamiah atas fenomena (*bracketing*) yang dipahami oleh subyek penelitian. *Kedua*, dengan wawancara mendalam, peneliti mendapatkan pengakuan dan pengalaman-pengalaman sehari-hari (*story of life*) pengelola atau pelaku media, pejabat pemerintah, profesional, aparat negara, pendengar dan pengakses situs Suara Surabaya.net untuk diungkap ke permukaan menjadi sesuatu yang nyata, yang dikonstruksikan oleh individu-individu sebagai subyek penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus, *single case type* holistik yang digunakan untuk kasus yang merepresentasikan sebuah kasus unik. Kasusnya merupakan fenomena kontemporer, atau belum lama terjadi yang mengandung unsur kebaruan atau *current issue*. Hasil akhir adalah deskripsi detail dari topik yang diteliti. Kolaborasi antara peneliti dengan partisipan memungkinkan partisipan untuk menceritakan kisahnya. Peneliti dapat mendeskripsikan pandangan tentang realitas. Dan kisah ini memungkinkan peneliti untuk memiliki pemahaman yang lebih mengenai tindakan partisipan. Hasil penelitian ini tidak saja merupakan representasi tentang pendengar atau publik Radio SS, tetapi juga bagaimana pengelola mengimplementasikan visi dan misi di tengah masyarakat Surabaya dan sekitarnya.

Studi kasus dalam telaah ini adalah yang dominan penelitian kualitatifnya dengan minat naturalistik, holistik, kultural, dan fenomenologisnya yang kuat. Studi kasus bukanlah sebuah pilihan metodologis, namun lebih sebagai pilihan objek yang diteliti (Stake dalam Denzin & Lincoln, 2009: 299). Beberapa peneliti lebih senang menggunakan istilah studi kasus karena model penelitian ini lebih fokus pada pertanyaan tentang: *apa yang dapat dipelajari dari kasus tunggal*. Ini merupakan pertanyaan epistemologis yang menjadi persoalan utama dalam penelitian ini.

Peneliti menekankan studi kasus sebagai proses tipifikasi (pemodelan) bagi berbagai kasus lain, sebagai eksplorasi yang mengarah pada kajian/ studi yang menghasilkan generalisasi, atau sebagai tahap awal dalam proses perumusan teori. Studi kasus dapat dipahami sebagai suatu langkah kecil menuju proses generalisasi besar (Campbell dalam Denzin & Lincoln, 2009: 303), namun fokus tetap pada pemahaman-pemahaman unik dan penting dari kasus itu sendiri. Sifat penelitian *ideografis* atau kasuistik.

## **5.2. Subyek Penelitian**

Subyek penelitian sekaligus unit analisis (narasi-narasi kisah yang diperoleh dari individu) adalah individu-individu yang menjadi partisipan penelitian kualitatif yang memiliki kompetensi untuk menjawab fokus penelitian. Mereka dikatakan kompeten

bila memiliki pengetahuan dan pengalaman pribadi mengenai fokus yang diteliti. Partisipan penelitian ini tugasnya mengekspresikan apa yang diketahui, dirasakan, dialami, dipraktikkan dan dilakukan oleh mereka. Sampel dipilih sesuai dengan tujuan penelitian, melalui pengambilan sampel bertujuan (*purposive sampling*). Mereka yang telah “terpilih” sebagai subyek penelitian di 2013 adalah :

1. Errol Jonathans (Direktur Utama Radio SS)
2. Rommy Febriansyah (Direktur Administrasi Radio SS)
3. Yoyong Burhanudin (Manajer Siaran dan Penyiar Radio SS)
4. Meinara Iman Dwihartanto (Manajer Pemberitaan dan Penyiar Radio SS)
5. Iping Supingah (Reporter dan *Supervisor/ Chief Editor Suarasurabaya.net*)
6. Saifulah Yusuf atau “Gus Ipul” (Wakil Gubernur Jatim)
7. Harun (Kepala Dinas Pendidikan Jatim)
8. Royke Lumowa (Kombes Pol) Kabag Keamanan dan Keselamatan Lalu Lintas Mabes Polri
9. Trikora Hardjo (GM PT Angkasa Pura I Bandara Internasional Juanda)
10. Ivone Andayani (Manajer *Public Relations* PT Telkom Divre V Jawa Timur).
11. Lutfi Abdullah (Ketua PRSSNI Jatim)

12. Agustinus Mulyadi Kwanto (Wiraswasta, Pendengar Aktif dan Kritis)
13. Putut Trikahono (Profesional, Pendengar Aktif dan Kritis)
14. Hendro Prasetyo (Profesional, Pendengar Aktif dan Kritis)
15. Rudyanto Tjandra (Warga Indonesia yang Lama Bermukim di Australia)
16. Djudi Djoko Tjahjo (Dosen dan Pemilik Radio El Bayu)

### **5.3. Pengumpulan Data**

Data primer dari penelitian ini yaitu data mengenai pengalaman dan alasan-alasan individu-individu terhadap tindakan yang mereka lakukan. Sedangkan teknik pengumpulan data selama proses penelitian berlangsung dilakukan secara primer (*indepth-interview* dan observasi) dan sekunder (penelaahan dokumen hasil survei, hasil *focus group discussion*, *database* pendengar dan pengakses, dan sebagainya).

### **5.4. Teknik Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan pada seluruh tahapan penelitian, proses analisis bukan hanya pada waktu data sudah terkumpul, melainkan juga pada saat tahap awal penelitian. Adapun tahapannya melalui *pengumpulan data*, *reduksi data*, *penyajian data* dan *penarikan kesimpulan* (Miles & Huberman, 1992) secara *ideographic*.

## 5.5. Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik pencapaian kesahihan (*validitas*) dan keterandalan (*reliabilitas*) penelitian kualitatif cenderung nisbi karena lebih banyak mengandalkan metode kerja dan kemampuan intelektual peneliti. Usaha untuk mencapai keabsahan dalam penelitian kualitatif relatif rumit, oleh karena itu peneliti memahami secara sungguh-sungguh ruang lingkup, batas atau fokus utama penelitian. Masing-masing substansi fokus digali secara meluas dan mendalam. Keabsahan penelitian kualitatif ini tergantung pada kepercayaan akan *kredibilitas/keterpercayaan* (validitas internal), *transferabilitas/ keteralihan* (validitas eksternal), *dependabilitas/ kebergantungan* (reliabilitas) dan *konfirmasi/ kepastian* (objektivitas) (dalam Satori dan Komariah, 2011: 100-101).

Kredibilitas dilakukan dengan meningkatkan kualitas keterlibatan peneliti dalam kegiatan di lapangan, pengamatan secara terus menerus dan triangulasi, yaitu mengecek kebenaran data hasil pengamatan dengan hasil wawancara dengan partisipan penelitian guna memperoleh derajat kepercayaan yang tinggi; pelibatan teman sejawat untuk berdiskusi, memberikan masukan dan kritik dalam proses penelitian. Melakukan *membercheck*, pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada partisipan/ informan guna perbaikan dan tambahan dengan kemungkinan

kekeliruan atau kesalahan dalam memberikan data yang dibutuhkan peneliti.

*Transferabilitas* hasil penelitian yang diperoleh dapat diaplikasikan keterpakaianya oleh pemakai penelitian atau pihak eksternal. Transferabilitas diserahkan kepada pemakai yakni sampai manakah hasil penelitian ini dapat digunakan dalam konteks dan situasi tertentu. *Dependabilitas* dilakukan dengan mengaudit keseluruhan proses penelitian melalui proses “audit trail”. *Trail* artinya jejak yang dapat dilacak atau diikuti. Sedangkan *audit* artinya pemeriksaan terhadap ketelitian yang dilakukan sehingga menimbulkan keyakinan bahwa yang dilaporkan demikian adanya. *Konfirmabilitas* dilakukan dengan menguji hasil penelitian dikaitkan dengan proses yang dilakukan. Misalnya komunikasi dengan pembimbing dan dengan pakar lain dalam bidangnya guna membicarakan permasalahan-permasalahan yang dihadapi dalam penelitian berkaitan dengan data yang ditemukan atau dikumpulkan.

**BAB II**  
**GAMBARAN UMUM**  
**RADIO SUARA**  
**SURABAYA**

# BAB II

## GAMBARAN UMUM RADIO SUARA SURABAYA

### 2.1. Gambaran Umum

Penelitian ini dilakukan di Surabaya, Jawa Timur dengan sasaran penelitian pada PT. Radio Fiskaria Jaya Suara Surabaya atau lebih dikenal dengan Stasiun Radio Suara Surabaya (Radio SS) sebagai sebuah kasus penyiaran radio yang berhasil sukses dengan keunikan-keunikan yang menyertainya. Radio ini mempunyai *Station Call SS FM*, frekuensi 100 FM, nomor anggota PRSSNI 405-III/1982, mempunyai slogan atau *positioning* "News - Interaktif – Solutif", sementara format siaran kata bersifat interaktif dan format siaran musik memilih *adult contemporary*.

Radio ini menerapkan format "radio news" atau informasi. Mengudara pada 11 Juni 1983, segmentasi pendengar menengah ke atas, sedangkan radius jangkauan siaran (*coverage*) GERBANG KERTOSUSILO (*Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo dan Lamongan*). Radio ini beralamat di Jl. Wonokitri Besar 40C, Surabaya 60256. Telp (031) 5683040, 5600000, 5600100 (*emergency call*), 3439 (Telkomsel). SMS: 0855 30 10055. Facebook: e100. Fax: (031) 5683733. Website:

www.suarasurabaya.net. Versi mobile : m.suarasurabaya.net.  
Radio online: www.suarasurabaya.net/v06/rol Video streaming:  
www.suarasurabaya.net/v06/vos. Via satelit Telkom 1:108  
derajat arah barat, frekuensi 4096, symbol rate 3125 polarisasi  
dan audio PID 257.

## **2.2. Sejarah Singkat Radio Suara Surabaya (SS)**

Radio Suara Surabaya (Radio SS) pertama kali mengudara pada tanggal 11 Juni 1983 bersamaan dengan momentum gerhana matahari total di Indonesia waktu itu, di jalan Wonokitri Besar No.40 Surabaya. Radio ini didirikan tahun 1983 oleh tiga orang yang bisa disebut *shareholders* generasi pertama, yaitu: (Alm) Saud Nasution, Mas Ipik, dan (Alm) Soetojo Soekomihardjo. Saud Nasution dan Mas Ipik berada di Jakarta yang juga mempunyai bisnis radio. Sementara Soetojo Soekomihardjo<sup>1</sup> (akrab dipanggil Mas Toyo) adalah pribadi orang yang tidak suka banyak bicara namun 'bertangan dingin', karena sebelumnya sudah mengelola Radio Cakra Awigra milik pamannya di

---

<sup>1</sup> Soetojo dilahirkan di Sumenep 28 Agustus 1936. Ia adalah anak keenam dari 10 bersaudara. Sejak kecil hingga SMP dia tinggal di Sumenep. Sedangkan masa SMA ia habiskan di Bojonegoro. Dunia keradioan mulai digelutinya tahun 1960-an. Ketertarikannya di radio bermula dari Pamannya yang memiliki sebuah stasiun radio bernama Cakra Awigra. Bahkan, setelah menikah sekitar 1968 dan ikut mertua, Soetojo sempat membuka usaha reparasi radio di Bondowoso. Hingga akhirnya garis hidup membawanya ke Surabaya dan merintis Suara Surabaya pada tahun 1980-an.

Surabaya yang terbilang sukses pada era 1983-an sebagai direktur dan manager *on air*.

Nama radio ini menggunakan *Suara Surabaya* (SS), dimana secara filosofi Soetojo Soekomihardjo (biasa dipanggil Mas Toyo) menjelaskan bahwa

*“SS seiring dengan prinsip hidupnya, yakni melayani apa yang dibutuhkan lingkungan. Biar jadi berat beban, biar bisa ditagih awak ini, radio ini bisa ditagih oleh Surabaya maka namakan saja dia Suara Surabaya, biar dia menyuarakan suaranya Surabaya sebagai kota, sebagai penduduknya, pemerintahan, dan sebagainya. Biar radio ini bisa berbuat sesuatu buat Surabaya kalau tidak biar bisa ditagih dengan nama itu. terang Soetojo menjelaskan filosofi nama Suara Surabaya”* (Sumber: SS.net).

Kesuksesan Radio SS selama ini lebih banyak diwarnai oleh ketekunan dan konsistensi buah pemikiran strategis dan implementasi konsep dari Mas Toyo. Sementara *shareholders* yang lain hanya mempercayakan ke Mas Toyo untuk mengelola dan menikmati kesuksesan. Kesuksesan almarhum mengelola radio komersial ini karena dibarengi dengan prinsip dan sikap hidup yang rendah hati sampai akhir hayatnya pada 25 November 2010.

Awal siaran Radio SS tahun 1983 belum mempunyai *Kepala Bagian Siaran* dan penyiar. Sehingga Soetojo Soekomihardjo selaku salah satu pemilik Radio SS merekrut Errol Jonathans (mantan wartawan Pos Kota, sekarang Direktur Utama SS) pada Januari 1984 untuk posisi tersebut sekaligus penyiar. Sebetulnya sejak 1983, Errol Jonathans sudah menjadi penyiar yang mengisi program (sebelum menjadi format siaran) *Kelana Kota*. Sebuah konsep format siaran di radio SS dimana awal mulanya adalah penyiar mengajak pendengar sambil 'keliling-keliling kota' disertai dengan memungut informasi-informasi untuk di *on-air*-kan.

Errol Jonathans siaran *Kelana Kota* mulai 1983, dari pukul 06.00-08.00 wib. Selesai siaran di Radio SS, kembali ke Pos Kota sebagai wartawan. Pukul 18.00 wib kembali untuk siaran di Radio SS sampai pukul 00.00 wib. Selama hampir tiga tahun sejak 1983-1986 Errol Jonathans bekerja di dua media, yaitu di Radio SS dan Pos Kota. Sampai pada akhirnya ia memilih untuk bergabung di Radio SS sampai sekarang ketimbang bertahan di Pos Kota. Dinyatakan Errol Jonathans<sup>2</sup>,

*“Waktu itu Pos Kota perwakilan Jawa Timur akan ditutup karena dilebur dengan Surya dan Kompas. Jadi saya akan ditempatkan di Surya untuk mengasuh beberapa rubrik, tetapi saya lebih tertarik ke SS karena pemikirannya waktu itu koran*

---

<sup>2</sup> Wawancara dengan Errol Jonathans, 20 Maret 2012.

*ini sudah permanen. Sudah stuck. Koran ya begitu itu. Sementara di Radio saya melihat karena belajar jurnalisme radio itu sesuatu yang belum berkembang di Indonesia. Kebetulan Mas Toyo arahnya mau ke situ. Jadi buat saya klop”*

### **2.3. Profil Radio SS**

Radio SS mempunyai ciri khas dalam menyapa pendengar setianya dengan sebutan “kawan”, suatu sebutan yang ingin lebih mengakrabkan antara pendengar dengan penyiar atau *gatekeeper* dimana pun mereka berada. Radio SS mempunyai format radio berita dengan motto – *news, interaktif-solutif* – dalam format ini terdapat satu program radio selama 24 jam yang bernama *Kelana Kota*.

Pada tahun 2000 ketika memasuki era *cyberspace*, Suara Surabaya mengembangkan media daring (*online*) berupa portal *news suarasurabaya.net* (<http://www.suarasurabaya.net>) yang bisa memberikan manfaat dari sisi *newsroom* maupun pendengar. Melalui *live streaming* video di *website* tsb memungkinkan *users* melihat situasi aktual kegiatan siaran di studio *on air*. Pada 11 Juni 2009 bersamaan ulang tahun Radio SS ke 26, SS Media melakukan inovasi hasil kerjasama Radio SS dengan Pemerintah Kota (Pemkot) Surabaya guna memberi nilai tambah layanannya pada publik. Inovasi itu berupa *SS traffic* terdiri dari *live streaming* CCTV pantauan lalu lintas di Surabaya,

dan integrasi sistem *back office* SS Media lewat [suarasurabaya.net](http://suarasurabaya.net) dan Pemerintah Kota (Pemkot) Surabaya. Dengan memanfaatkan kamera *area traffic control system*, penyiar bisa memantau situasi lalu lintas terkini melalui layar komputer dan menyiarkannya ke pengakses.

Awal keberadaan website [Suarasurabaya.net](http://Suarasurabaya.net) sekedar transkrip dari siaran *on air* yang ditampilkan dalam bentuk tulisan *on line*. Apa yang diucapkan dalam *on air* itu yang ditulis agar menjadi bahasa tutur, tercetak. Kemudian, redaksi [suarasurabaya.net](http://suarasurabaya.net) melakukan perubahan agar informasi tidak lagi sebatas transkrip hasil *on air*, tetapi reporter **Suarasurabaya.net** berkewajiban untuk mencari sendiri berita sehingga *on air* bisa mengambil materi siaran dari *website*. [Suarasurabaya.net](http://Suarasurabaya.net) memiliki kelebihan, diantaranya tersedia radio *on line*, radio *on demand*, merupakan arsip penyiaran yang bisa diakses kapan pun dilengkapi dengan visual video *on demand* walaupun berdurasi beberapa detik. Sehingga, melalui pengembangan dan pemanfaatan teknologi sebuah radio yang selama ini hanya dikenal secara audio mampu diakses secara audiovisual. Bahkan dengan teknologi *live streaming* memungkinkan penyiar di studio mampu saling mendengar dan melihat dengan pengaksesnya.

Konvergensi menurut Errol Jonathans (Direktur Utama Radio SS) merupakan kebutuhan dan keinginan radio agar tidak

ditinggal pendengar. Konvergensi menjadikan radio berkembang ke multimedia. Radio siaran berdasarkan frekuensi tetap mengudara, tetapi dikembangkan dan bisa diakses lewat medium internet. Sehingga, radio bisa melayani kebutuhan semua indera. Mulai indera pendengaran, penglihatan, bahkan tidak menutup kemungkinan teknologi bisa membuat radio melayani indera penciuman. Karenanya agar radio tetap eksis, maka ilmu visual dan teknologi harus dipahami oleh praktisi.

Pemanfaatan teknologi menjadikan sebuah keniscayaan radio masa depan. Karenanya Radio SS semakin serius melakukan pengembangan teknologi untuk kepentingan penyiaran. Ada harapan untuk lebih memasarkan **suarasurabaya.net** karena semakin bertambahnya *netter* yang mengakses. Dengan demikian, **suarasurabaya.net** ikut melengkapi media *on line news* yang ada di Surabaya dan Nasional. Data pengunjung (*visitor*) yang mengakses *SS dot net* ([www.suarasurabaya.net](http://www.suarasurabaya.net)) per Agustus 2012: rata-rata per bulan 153,000 *visitor*. Proporsi pengakses 70% nasional dan 30 % luar negeri.

Di samping itu, guna mendukung penyiaran interaktif, Radio SS juga mengembangkan jejaring sosial resmi di akun *e100 SS facebook* dan akun *@e100SS twitter*. Materi yang ditampilkan ada hubungannya dengan siaran radio. Sehingga para pendengar SS (*users*) bisa memberikan informasi, sekaligus terlibat dalam

diskusi secara online. E100 merupakan media jejaring sosial yang menyebarkan dan mengumpulkan informasi. Namun e100 SS FM bukan redaksi yang bisa menindaklanjuti berita *users*, tetapi akan terhubung dengan redaksi *on-air* (penyiar dan *gatekeeper*).

Etika komunikasi para anggota FB e100 dan @e100 SS Twitter adalah kecepatan, keterbukaan informasi dan umpan balik dengan tetap menjaga kesantunan dan ketertiban dalam berkomentar. Tidak ada komentar yang menyinggung SARA, tidak provokatif, tidak ada pembunuhan karakter, tidak menulis atau berkata kasar/ jorok, tidak porno dan selalu memberikan solusi dengan menjaga kebersamaan walau ada perbedaan pendapat.

Dalam melakukan reportase, SS menghimpun dan menyebarkan berita dengan memiliki beberapa saluran afiliasi dalam bentuk Jaring Radio. Jaring Radio merupakan hasil kerjasama SS dengan 14 radio swasta di Jawa Timur dan di Jawa Tengah dalam bentuk nota kesepahaman (MoU), yang berlaku 6 bulanan, evaluasinya secara berkala (3 bulanan) dengan lokasi tempat pertemuan tergantung kesepakatan anggota. Jaring radio merupakan konsep dasar yang bermula dari reportase peristiwa lokal langsung dilokasi, sementara SS tidak punya orang dan pendengarnya luas. Awal mula liputan jaring radio adalah untuk informasi seputar arus mudik dan balik lebaran, namun guna memaksimalkan kinerja dan sewa satelit yang mahal (Rp 40 juta/

bln) maka jaring radio dibuat reguler atau harian untuk liputan berita. Para reporter masing-masing radio menyiarkan informasi atau peristiwa yang terjadi di daerahnya langsung secara *on-air* ke Radio SS dengan model *anchor*.

Data per Oktober 2011 pendengaran SS terbanyak adalah laki-laki 63.67 % sisanya perempuan 36.46%. Usia pendengar dalam rentang usia produktif 20-19 tahun sebanyak 15.72%, 30-44 tahun 29.46% dan terbanyak usia 45 tahun ke atas (36.46%). Mayoritas tingkat pendidikan terbanyak masih berada pada level pendidikan SMA (44.25%) dan cukup banyak dari kalangan pendidikan tinggi (6.74%). Tingkat pendidikan ini berimplikasi kecenderungan pendengar yang aktif menelpon untuk melaporkan peristiwa secara *on air* karena mampu menghimpun data dan melaporkan dengan runtut.

Sementara dari data *Social Economic Status* (Status Sosial Ekonomi/ SES) dilihat dari tingkat belanja rutin keluarga per bulan, dengan persentase dari penduduk seluruh Indonesia. Kategorisasi SES ini sering disebut secara ringkas, menengah ke atas dan menengah ke bawah. Definisi menengah ke atas adalah kelompok masyarakat yang berasal dari kategori C, B, dan A. Sedangkan menengah ke bawah adalah kelompok masyarakat yang masuk dalam kategori C, D, dan E.

Pendengar SS berada pada level SES C (59.58%) dan B (21.66%) dan sebagian kecil SES AA+ (7.13%). Artinya,

pendengar Radio SS berada pada kelas *menengah* (SES C tingkat pendapatan Rp 1.000.001,- s/d Rp 2.000.000,-) *ke atas* (SES B tingkat pendapatan Rp 2.000.001,- s/d Rp 3.000.000,- dan SES AA++ tingkat pendapatan Rp 3.000.001,- ke atas). Sementara status pendengar terbanyak sebagai pekerja/ karyawan swasta (*blue collar*) 31.70%, mahasiswa 18.10%, wiraswasta 16.91%, eksekutif/ profesional (*white collar*) 10.83%, dan ibu rumah tangga 9.91%.

Pendengar sebuah radio yang dikategorikan masuk kelas menengah ke atas akan memiliki pandangan yang jauh ke depan, cakrawala pikiran yang luas, melihat diri terkait erat dengan peristiwa atau orang lain, berciri kota urban, berpikir rasional, percaya diri, mau mengambil risiko, dan selera pilihannya beragam. Di samping itu, pendengar akan mampu mengembangkan imajinasinya karena dua hal: *Pertama*, referensi pengalaman yang mereka miliki terhadap suatu materi siaran. *Kedua*, referensi pikiran, kedekatan, dan ketajaman pikiran terhadap sebuah masalah yang sedang disiarkan.

**BAB III**  
**ALASAN MENJADI**  
**SEBUAH MEDIA**  
**INFORMASI**  
**INTERAKTIF**

# BAB III

## ALASAN MENJADI SEBUAH MEDIA INFORMASI INTERAKTIF

### 3.1. Hasil Penelitian

#### 3.1.1. Terinspirasi dari Radio Kampus

Radio SS menerapkan konsep interaktif inspirasinya datang ketika Errol Jonathans (Direktur Utama) tahun 1989 bertandang ke *Ohio University* untuk melihat proses penyiaran AM (Amplitudo Modulasi), FM (Frekuensi Modulasi) dan televisi, semacam *community media* di universitas tersebut tetapi siarannya profesional. Di universitas tersebut radio kampus telah menerapkan jurnalistik dalam siaran. Dari sana lah Errol Jonathans waktu itu pertama kali mendengarkan siaran radio interaktif. Sementara di Indonesia belum ada radio yang berinteraksi dengan pendengar, yang ada hanya permintaan lagu atau saling kirim salam pendengar.

Pembina, pembimbing dan sebagian penyiarannya di radio kampus tersebut adalah para dosen dengan sistem *talk-back* interaktif, termasuk sebagai tempat magang para mahasiswanya. Sehingga sepulangnya dari Amerika Serikat, ia sudah membuat

rancangan (*business plan*) tentang interaktif. Jadi rencana interaktif sejak 1989, namun terkendala SS belum mempunyai nomor telepon yang langsung bisa mengudara dan sistem sekuriti, sehingga belum bisa dilaksanakan.

Siaran interaktif SS karena impresi dari media di Amerika Serikat dan Radio Mara di Bandung. Pada tahun 1990-an PRSSNI banyak melakukan kegiatan pelatihan terutama di Bandung. Radio Mara waktu itu dekat dengan lembaga *Goethe Institute*, dimana lembaga ini sering memberikan perhatian pada pelatihan-pelatihan keradioan. PRSSNI kemudian mulai membuat pelatihan-pelatihan pada tahun 1989, yang melibatkan Errol Jonathans, Djudi Djoko Tjahjo dan Ari Maricar (dari PRSSNI Jatim) ikut dalam pelatihan. Kemudian mereka bertiga dijadikan pelatih, dimana mulai 1990-an dilakukan pelatihan-pelatihan di Bandung yang sangat terbatas, diutamakan adalah para *trainer*-nya PRSSNI.

Model radio interaktif yang dikembangkan oleh Radio Mara di Bandung sifatnya tidak *live on air*. Pada jam siaran pagi hari, kurang lebih dua jam siaran, banyak pendengar yang mengeluh berbagai macam ke penyiar, kemudian ditampung dan dicatat. Setelah itu, mereka akan menghubungi terlebih dahulu pihak-pihak yang kompeten untuk merespon dan menjawab keluhan-keluhan. Baru pada pukul 12.00-13.00 mereka siaran kembali untuk memberi jawaban-jawabannya. Interaktif seperti di Radio Mara yang semacam ini belum menjadi format. Tetapi lebih sebagai

sebuah program acara dimana pada jam-jam siaran yang lain juga melakukan hal serupa.

### **3.1.2. Siaran Interaktif Merupakan Keunikan**

Ketika Radio SS didirikan dan mengudara pada 11 Juni 1983, hanya ada dua tahap yang menjadi harapannya. *Pertama* menjadi *radio berita* dan *kedua* interaktif (*phone in programme*). Pilihan pertama sudah menjadi visi Radio SS dimana ingin mengembangkan konsep yang berbeda, unik, atau diferensiasi dengan radio lain di Surabaya. Ibarat produk baru, bagaimana menjual dan mendistribusikannya serta bagaimana menciptakan SS sehingga memiliki *positioning* di masyarakat dan penyiaran radio.

Konsep radio berita tampaknya merupakan katarsis dari regulasi dunia siaran era Orde Baru yang melarang stasiun radio membuat dan menyiarkan program berita sendiri, sehingga banyak radio yang fokus pada musik dan hiburan. Berita hanya hanya boleh disiarkan oleh RRI dan semua radio di seluruh Indonesia wajib relay berita RRI yang muncul setiap jam.

SS sangat memahami situasi waktu itu (1983), sehingga memasuki 'lahan' siaran berita tidak perlu bersinggungan dengan politik, karena masih banyak hal yang bisa diinformasikan. Seperti kata Errol Jonathans, "*yang namanya informasi tidak harus yang politik-politik atau bicara soal pemerintahan. Sejak awal, SS*

menekankan platformnya adalah publik, kebutuhan dan kegiatan publik, termasuk *traffic*". Lebih lanjut Errol Jonathans<sup>3</sup> menegaskan:

*"Traffic' inilah jenis pelaporan pertama yang juga mengawali proses interaktif. Informasi yang berkaitan dengan kemacetan dan kondisi lalu lintas ini diberikan oleh pendengar. Sedangkan dari reporter sendiri, informasi yang disampaikan sudah beragam. Pada waktu itu, 'traffic' bukanlah informasi yang sulit dilaporkan. Dan ternyata publik membutuhkan informasi tersebut. Inilah kemudian yang dipertahankan SS sampai saat ini melalui 'traffic report' dan kelana kotanya".*

Pilihan *kedua*, menjadi radio dengan konsep interaktif dikembangkan sejak 1994. Isi siaran berupa informasi lalu lintas dengan melibatkan para pendengar (pengendara) sebagai 'jurnalis' untuk melaporkan situasi terkini. Menurut Soetojo Soekomihardjo<sup>4</sup> *konsep interaktif ini berkembang di SS merupakan kemas dari bentuk layanan secara optimal kepada masyarakat. Meski SS bukan radio pertama yang memiliki konsep interaktif, tetapi interaksi antara pendengar dengan penyiar dan dengan nara sumber menjadi tonggak penting perjalanan SS.*

---

<sup>3</sup> News yang Bukan Berita. Melalui <http://www.suarasurabaya.net/sshut/sssejarah.php> [22/05/2008].

<sup>4</sup> Soekomihardjo, Soetojo: *Istilah Interaktif Tidak Penting*. Potret-Potret Sejarah SS. Sumber Suarasurabaya.net. [14/06/2008]

Kontribusi SS sebagai media interaktif memberikan layanan optimal kepada masyarakat, misalnya setiap keluhan pendengar yang masuk ke SS terhadap layanan publik langsung dikonfirmasi tim *gatekeeper* SS ke lembaga yang kompeten merespon. Keluhan umumnya menyangkut persoalan kinerja lembaga yang dinilai pendengar kurang optimal, misalnya perihal kecemasan dan keamanan warga yang tertuju ke kepolisian terhadap tindak terorisme, perihal perizinan di birokrasi pemerintah provinsi/kabupaten/kota, layanan Jasa Marga (terutama pengguna jalan Tol), layanan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM), layanan PLN, layanan rumah sakit, layanan sekolah, layanan kampus, dsb.

Guna mengetahui informasi apa saja yang setiap hari ‘mengudara’ dari pendengar, penulis melihat langsung ke lapangan untuk menghimpun data atau kategori informasi di Radio SS, serta berusaha mendapatkan deskripsi penjelasan yang diperlukan. Di samping itu, sejak tahun 2006 sampai saat ini, penulis menjadi partisipan aktif sebagai pendengar SS, baik dalam diskusi *on air* untuk menanggapi isu sosial politik yang diudarkan penyiar maupun dalam kontribusi memberi laporan situasi jalanan (lalu lintas) baik lewat sms atau menelpon.

Adapun detail *kategorisasi informasi* yang berhasil dihimpun penulis di lapangan adalah sebagai berikut:

- a. *Informasi lalu lintas* terkini dari para pendengar di jalanan langsung mengudara berisi tentang laporan situasi kota, volume lalu lintas/ kepadatan, kemacetan, kecelakaan, *traffic light* bermasalah, langgar lintas seperti: *ngebut*, berhenti mendadak tanpa memberi petunjuk lampu *sign*, pindah jalur tanpa memberi tanda dan melanggar marka jalan, berkendara zig-zag, berhenti di sembarang tempat, dsb.
- b. *Informasi lain-lain* mulai hal-hal serius, semacam diskusi politik, perkembangan kota sampai ke hal-hal yang terkesan remeh seperti mengomentari lagu yang diputar.
- c. *Pelayanan umum* biasanya berisi keluhan-keluhan layanan publik dari pendengar berisi ketidakpuasan, kritik, dan masukan terhadap instansi-instansi antara lain : *Kepolisian* (Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap/ SAMSAT dalam pembuatan SIM, pajak kendaraan, KIR, balik nama, dsb), *PDAM* (air tidak mengalir, air keruh, tarif air, dsb), *PT.PLN* (pemadaman listrik, tanggal dan area pemadaman, kenaikan TDL), *Dinas Perhubungan* (sarana transportasi sampai pengaturan lampu lalu lintas antara data komputer di pusat dan lapangan berbeda, harus ada evaluasi rutin tentang durasi lampu lintas), *DLLAJR* (penertiban angkutan umum), *PT. Telkom* (tarif telepon, instalasi baru sampai kualitas produk *flexy*), Layanan Rumah Sakit, dsb.

- d. *Informasi sosial* umumnya menyangkut kegiatan atau aktifitas warga Surabaya dan sekitarnya.
- e. *Agenda setting* menyangkut informasi yang diagendakan SS dan di 'lempar' penyiar ke pendengar untuk diperbincangkan secara interaktif guna mendapat tanggapan dan masukan.
- f. *Musik dan lagu* di SS, menyangkut keluhan pendengar bahwa musiknya kurang banyak dan kurang mengikuti trend. Memperbaiki kualitas siaran musik. Musik yang tergolong *easy listening*, syair bagus (tidak norak), musik yang *slow & ceria* namun tidak keras, pernah menjadi trend dan dapat membuat suasana relaks/*fresh* akan menjadi favorit pendengar.
- g. *Kriminalitas*, menyangkut informasi tindak kejahatan, pencurian kendaraan bermotor, penjangbretan, pembunuhan, kekerasan, perkosaan, kebakaran, narkoba, uang palsu, judi, dsb yang sering dilaporkan pendengar.
- h. *Pemerintahan*, menyangkut informasi kebijakan dari pemerintah provinsi, pemerintah kota, dan pemerintah kabupaten. Termasuk instansi negara di wilayah Surabaya dan Jawa Timur seperti, kepolisian, kejaksaan, pengadilan, agraria, pajak, kadin, dsb.

Keluhan-keluhan layanan publik apapun yang dirasa menimbulkan masalah, hampir setiap hari mengudara disampaikan para pendengar SS. Sehingga dengan filosofi

interaktif dan solutif yang menjadi format siaran, SS mencoba berperan menjadi mediator bagi pendengar dan lembaga. Solutif bermakna upaya memberi manfaat dan jalan keluar bagi orang lain yang membutuhkan. Solutif bukan datang dari SS saja tetapi setiap pendengar bisa saling memberikan jalan keluar bagi sesama pendengar. Hal tersebut sesuai dengan data informasi interaktif Radio SS tahun 2009 (Arifin BH, 2010:50) yang sering dilaporkan pendengar dimana terbanyak mengenai *informasi lalu lintas* (48,93%), lain-lain (33.82%), *pelayanan umum* (8.45%), sosial (3.13%), *agenda setting* (3.05%), *musik dan lagu* (1.11%), *kriminalitas* (1.09%), dan *pemerintahan* (0.42%).

### **3.1.2.1. Interaktif Untuk Memenuhi Keinginan Pendengar**

Sejak awal berdiri Radio SS dikonsepsikan menerapkan format berita oleh pendirinya (Soetojo Soekomihardjo). Format berita dipilih sesuai dengan prinsip hidupnya, yakni ingin melayani apa yang dibutuhkan lingkungan. Menyuarakan suaranya Surabaya sebagai kota, sebagai warganya, dan sebagai pemerintah agar radio SS bisa berbuat sesuatu untuk Surabaya. Upaya memberi manfaat bagi warga kota Surabaya dan publik pendengarnya. Sesuai dengan visi dan misinya yaitu memberdayakan masyarakat dalam proses demokratisasi.

Pada tahun 1994 SS mengimplementasikan radio interaktif, ketika sarana dan sistem sudah memungkinkan. Ketika *handphone*

mulai *booming* di Indonesia terutama yang berukuran kecil. Reporter-reporter SS pada waktu itu sudah mulai membawa *handphone*. Kisah menerapkan interaktif langsung awal mulanya ketika suatu hari tahun 1994 Surabaya diguyur hujan deras. Biasanya wilayah tertentu di Surabaya, seperti daerah Indragiri dan Musi banjir, sehingga mengakibatkan lalu lintas macet. Penyiar SS mencoba memancing pendengar untuk menyampaikan informasinya melalui telepon yang sifatnya 'sekarang dan di tunggu informasinya'.

Sementara reporter SS yang menjalankan tugas di lapangan "*ngiyup*" (berteduh) sambil tetap melaporkan tentang banjir. *Handphone* rupanya juga sudah beredar dikalangan pendengar SS waktu itu. Jadi awalnya pendengar mencoba-coba ikut memberikan laporan tentang banjir. Namun sistem di *gatekeeper* itu belum bisa menampung otomatis telepon pendengar, hanya untuk reporter saja. Maka, ketika ada telepon masuk dari pendengar, kawan-kawan SS menulisnya dikertas kecil, kemudian dibawa ke ruang siaran. Sementara catatan informasi banjir di penyiar belum sempat dibacakan.

Makin lama yang mencatat laporan banjir dari pendengar tidak sempat membawanya ke ruang siaran, karena harus bolak-balik terus mencatat laporan yang masuk lewat telepon. Di sisi lain, pendengar juga bertanya apakah bisa langsung melaporkan. Sehingga pada suatu titik, akhirnya kawan-kawan SS semua

kewalahan. Kemudian mereka menghubungi Errol Jonathans, dan jawabnya, *“saya tidak tahu punya ide apa tiba-tiba mengatakan, wes jarno ae mereka suruh ngomong langsung”* (sudah biarkan saja mereka suruh bicara langsung). Dari situlah awal pendengar SS bisa leluasa *on-air* untuk memberi laporan. Hal ini menjadi tonggak SS menuju format interaktif untuk semua segmen program siaran SS 24 jam, seiring dengan kebutuhan masyarakat yang ingin suaranya didengar oleh pihak yang berkompeten dalam setiap persoalan sosial.

Konsep siaran interaktif yang diimplementasikan SS membutuhkan *konsistensi, ketekunan* dan *kesabaran*. Seperti diutarakan Errol Jonathans, *“sebuah proses panjang dilakukan Suara Surabaya, karena keseharian informasinya banyak tentang lalu lintas. Interaktifnya sekitar 60-70 persen per hari tentang informasi lalu lintas baik yang disalurkan pendengar maupun narasumber polisi”*. Lebih lanjut Errol Jonathans<sup>5</sup> mengatakan kepada penulis ketika awal mula SS berinteraktif, SS langsung menggabungkan mekanisme kerja reporter di lapangan dengan hasil laporan para pendengar di jalanan.

### **3.1.2.2. SS Menjadi Radio Jurnalistik**

Proses SS menjadi sebuah radio jurnalistik tidak lepas dari ide kuat Soetojo Soekomihardjo selaku pemilik radio, ditunjang

---

<sup>5</sup> Wawancara dengan Errol Jonathans, 20 Maret 2012.

dengan profesionalitas Errol Jonathans selaku jurnalis di Harian Pos Kota pada tahun 1983. Kolaborasi keduanya begitu kuat dalam kepemimpinan di SS. Menjadi radio jurnalistik merupakan suatu proses panjang dan membutuhkan konsistensi dan profesionalitas. Hal ini tidak lepas dari kontribusi profesionalitas jurnalistik Errol Jonathans ketika menjadi reporter Harian Pos Kota tahun 1983, sambil bersiaran di SS. Errol memanfaatkan *network* yang dimiliki di Pos Kota untuk mencari informasi SS. *“Saya hunting sebagai orang Pos Kota tapi dapat bahan yang bisa saya siarkan di SS”,* akunya.

Ketika Surabaya dilanda kerusuhan berbau rasial tahun 1985, Errol Jonathans<sup>6</sup> sebagai wartawan berinisiatif mewawancarai Panglima Komando Daerah Militer (Pangdam) V/Brawijaya, Mayjen Syaiful Sulun. Usai wawancara, ia kembali ke kantornya. Tak diduga, seorang utusan Pangdam mendatangnya dan meminta salinan suara hasil wawancara tadi. Ternyata, salinan suara itu digandakan dan dibagikan ke seluruh radio di Jawa Timur, termasuk Radio Republik Indonesia (RRI) untuk meredam gejolak SARA di daerah lain di Jawa Timur. Semua radio wajib menyiarkan salinan suara itu. *“Pengalaman itu menambah keyakinan saya, bahwa radio memiliki kekuatan yang sangat besar,”* ucap Errol dengan yakin.

---

<sup>6</sup> Wawancara dengan Errol Jonathans, 20 Maret 2012

Dalam situasi dan kondisi kontrol kuat oleh penguasa Orde Baru terhadap media, setiap isu yang *diblow up* di SS tidak pernah tanpa melibatkan pejabat pemerintah. Sehingga tidak akan ada ancaman *breidel* karena pejabat pemerintah ikut bicara. Sementara dalam perkembangan selanjutnya pendengar diberi kesempatan untuk bertanya dan menanggapi atas permasalahan yang sedang hangat dibicarakan. Pendengar diberi kesempatan berbicara seperti halnya mereka mendengar. Sehingga dengan prinsip ini publik pendengar merasa di *wongke* (diperhatikan) aspirasinya termasuk sebagai *supliers* informasi.

Pendengar menjadi sumber informasi berharga untuk melaporkan peristiwa faktual yang ditemui dan dilihat di lingkungannya. Sehingga pada 1994, Radio SS berani mengikrarkan diri sebagai radio berita (*news*) dengan konsep interaktif. *News* yang dipraktikkan SS bukan dalam pengertian *warta berita*, tetapi jurnalistik. Suatu aktifitas produksi informasi (melihat, mendengar dan melaporkan) yang melibatkan pendengar. Berkat kemajuan teknologi komunikasi dan informasi, serta pemakaian *handphone* semakin populer di masyarakat, memudahkan pendengar untuk melaporkan peristiwa ke SS.

SS dalam mengimplementasikan praktik radio berita tidak mengandalkan *backing* kekuasaan. SS hanya mempunyai trik agar siarannya tidak *dreidel* pemerintah. Ibarat berfilosofi, Errol

Jonathans<sup>7</sup> mengatakan, “*jangan pernah bermain tenis dengan tembok. Semakin kuat kita memukul, akan semakin kuat pula balasannya ke kita*”. Maknanya adalah SS berusaha mencari celah agar program siaran terus bisa mengudara, tanpa menggadaikan visi misi yang sudah menjadi kesepakatan pendirinya.

### **3.1.2.3. Kelana Kota Sambil Mengudarakan Informasi Di Program “Kelana Kota”**

Memasuki tahun 1990-1993 Radio SS mencoba menggali program acara melalui hasil diskusi diantara sesama penyiar SS. Kemudian pelan-pelan mulai mengenalkan konsep diskusi *on air* interaktif. Konsep kekhasannya digali dengan mulai berinovasi isi sesuai peristiwa atau kejadian dan konteks yang berkembang sampai 1994. Konsep interaktif akhirnya menjadi format SS dalam siaran, bukan sekedar sebuah program.

Awal format interaktif hanya beberapa jam, tetapi dengan berjalannya waktu tidak ada lagi konsep *programming* seperti radio pada umumnya. SS mengembangkan konsep *programming* dengan istilah yang menurut mereka lebih luwes yaitu format. Sebuah program acara kemudian dibuat untuk seluruh isi siaran 24 jam, yang kemudian disebut **Kelana Kota**. Konsepnya ‘keliling kota’ sambil memberikan informasi dan melibatkan pendengar.

---

<sup>7</sup> Wawancara dengan Errol Jonathans, 20 Maret 2012

*Kelana Kota* yang awalnya sekedar nama program acara (durasi 60 menit), akhirnya menjadi *brand* program acara SS untuk mengisi seluruh jam siaran selama 24 jam, dengan konsep interaktif. Singkatnya seluruh program acara SS model atau bentuknya *Kelana Kota*. Sementara isi *Kelana Kota*, SS mengisitilalkannya sebagai modul-modul. Seperti modul *wawasan, healthy life style, jazz traffic, dialog interaktif inspirasi solutif*, dan sebagainya. Acara ini ketika sedang berlangsung sewaktu-waktu bisa disisipkan informasi atau bergeser jam mengudaranya karena mendahulukan urginitas informasi untuk disiarkan.

Program-program yang ada di SS sifatnya temporer, mengikuti *life cycle* animo masyarakat. Bila kebutuhan masyarakat sudah menurun, SS akan membuat konsep modul baru di dalam program *Kelana Kota*. Sejak 1994, *Kelana Kota* telah menjadi *icon* radio SS yang begitu populer setiap hari di telinga para pendengar, karena secara interaktif melibatkan publik pendengar untuk partisipasi. Sampai ada pendengar yang mengatakan bahwa keaktifan pendengar di *Kelana Kota* merupakan ibadah atau *bentuk silaturrahim horisontal*<sup>8</sup>. Pendengar bisa saling menyapa satu sama lain di udara, dan bertukar informasi yang bermanfaat sebagai bentuk kepedulian bersama untuk kebaikan warga kota Surabaya.

---

<sup>8</sup> Wawancara dengan Putut Trikahono, 3 Mei 2012

## 3.2. Pembahasan

### 3.2.1. Siaran Interaktif Memiliki Daya Tarik

Media massa yang selalu dicirikan sebagai hubungan *one to many* (satu pihak ke banyak pihak) sebagai hubungan satu arah dan terpusat tidak menawarkan kesempatan berinteraksi, adanya timbal-balik sebagai respon. Hubungan yang bermakna diantara berbagai pihak yang berinteraksi bisa disebut sebagai hubungan interaktif. Interaksi tatap muka terjadi dalam konteks kehadiran bersama, sementara dalam interaksi dimediasi justru berada dalam konteks yang secara spasial dan/atau temporal berbeda.

Media *broadcast* menghadirkan sebuah situasi “*quasi-interactive*’ melekat sebagai performan media yang harus dipahami karena realitanya semi-interaktif, tidak bisa menghadirkan manusia secara utuh dalam interaksi. Hanya interaksi langsung tatap muka yang bisa dikatakan memenuhi syarat adanya bentuk timbal-balik. Tetapi media *broadcast* menjadi bersifat interaktif sepanjang interaktivitasnya dapat difasilitasi medium komunikasi lain, seperti telepon, internet, email, komputer, dan sebagainya. Hal ini sesuai dengan Holmes (2012:25) bahwa interaktivitas bisa terjadi dengan media yang ‘diperluas’ (melibatkan medium lain) atau sekedar tatap-muka.

Bentuk media yang diperluas, akhirnya mampu berbicara tentang ‘kehadiran bersama’ dan interaktivitas. Secara sederhana interaktivitas bisa dikatakan sebagai proses komunikasi timbal-

balik dalam interaksi. Senada dengan Williams, Rice, dan Rogers 1998 (dalam Severin dan Tankard, 2001:370) menyatakan interaktivitas sebagai derajat yang mana partisipan dalam sebuah proses komunikasi bisa saling mengontrol dan mengubah peran dalam diskursif bermakna mereka.

Media siaran radio yang diperluas mampu menghadirkan bentuk interaktif dengan sarana komunikasi lain, sehingga menghadirkan kenyataan. Dalam hal format siaran yang mengandalkan siaran kata (*talk*) seolah menghadirkan bentuk komunikasi tatap muka interaktif, memberi kesempatan bicara balik (*talk back*) penerima pesan kepada sumber. Sehingga penerima tidak hanya menjadi sasaran pasif pengirim pesan. Senada dengan Tolson (2006:8) bahwa *talk is central to broadcasting, on radio as well as television, building communicative relationship*. Sementara Tolson mengutip Scannel (1996), perbincangan adalah *accessible discourse of programme aims to encourage*.

Lembaga penyiaran selalu menghadirkan diri ke pemirsa atau pendengarnya sebagai orang pertama yang bicara atas nama “*saya atau kami*”, sementara siaran yang mengandalkan *talk* menghadirkan orang kedua, “*anda*” dengan sebuah pandangan untuk mengonstruksi sebuah identitas kolektif. Dalam penyiaran secara langsung *talk* membingkai dan membangun kedalam materi presentasi siaran. *Talk* bisa membuat suasana *friendly* dan intim,

termasuk menghadirkan lebih dramatik melalui dialog, *interview*, dan debat, dimana pendengar bisa mendengarkan sebuah perbedaan dan pertukaran pendapat.

Selama rezim Orde Baru tampaknya warga masyarakat hanya menjadi sasaran program kebijakan pemerintah pusat, dan tidak pernah terlibat atau dilibatkan dalam setiap pengambilan keputusan kebijakan menyangkut kepentingan publik, apalagi didengar suara aspirasinya. Sementara perkembangan masyarakat urban semakin kritis dan menuntut, agar otoritas penguasa memberi ruang lebih terbuka dan peluang warga bicara, tidak hanya sekedar menjadi sasaran kebijakan. Karena itu, keberadaan media siaran interaktif mengandalkan siaran *talk* memiliki daya tarik dan menghadirkan suasana ruang publik menjadi hidup. Tolson (2006:12) menyebut kondisi ini sebagai '*liveliness*', waktu produksi dan penerimaan pesan secara simultan terjadi 'saat ini', spontan, *on the spot* dan bisa menjadi tak terduga. Kehadiran 'partisipasi yang hidup' pada acara *talk* memberikan impresi ilusi *liveliness*.

Media siaran yang memfasilitasi diri dengan sarana teknologi komunikasi bisa menjadi saluran aspirasi masyarakat menyuarkan persoalan-persoalan lokal yang berkembang di lingkungan mereka dengan cepat, dan berimplikasi langsung terhadap kehidupan individu dan masyarakat. Warga masyarakat menjadi berani bicara dalam merespon setiap persoalan situasi

dan kondisi kota, kondisi jalan dan lalu lintas, layanan publik birokrasi pemerintah provinsi/ kota/ kabupaten, layanan lembaga-lembaga pelayanan publik (misalnya PLN, PDAM), peristiwa kriminalitas, sampai persoalan diskusi politik dan aspirasi politik lokal.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Mark Poster (dalam Little John & Foss, 2009:413) dalam konsep media baru, bahwa penyiaran masuk dalam era media pertama (*the first media age*) dimana dengan sarana teknologi interaktif dan komunikasi jaringan (*the second media age*), khususnya dunia maya akan mengubah masyarakat. Dalam media baru ini terdapat dua pandangan yaitu *pendekatan interaksi sosial* dan *integrasi sosial*. Realitanya SS tumbuh dan berkembang dalam kedua pandangan besar tersebut.

Pandangan *interaksi sosial* membedakan media menurut seberapa dekat media dengan model interaksi tatap muka. Bentuk media penyiaran ini sebenarnya menekankan penyebaran informasi mengurangi peluang interaksi. Faktanya SS sukses justru mempraktikkan sebuah konsep radio siaran yang memfasilitasi komunikasi interaktif dengan interaksi melalui kata (*talk*), tidak hanya bermuatan informasi lalu-lintas saja. Isinya juga meliputi diskusi politik, layanan publik, budaya dan problem-problem lain di masyarakat untuk kemudian bersama-sama dicarikan solusi.

Setiap masalah tidak selalu ditemukan solusi atau kesepakatan bersama, minimal mencapai derajat kesamaan. Akan tetapi debat rasional melalui program interaktif akan membuka wacana yang lebih cerdas pada publik pendengarnya. Di samping itu, konsep ini memberikan daya tarik publik (*public interest*) untuk berpartisipasi sebagai pemasok informasi, serta memberikan layanan yang optimal kepada warga masyarakat karena isi siaran yang menekankan pada publik, kebutuhan dan kegiatan publik.

### **3.2.2. Siaran Interaktif dengan Prinsip *Proximity*.**

Radio siaran interaktif mampu menghadirkan informasi cepat dan aktual sesuai harapan warga masyarakat sebagai media informasional yang memediasi realitas bagi pendengarnya. Inilah peran media yang wajib memberikan informasi yang baik dan benar sebagai hak publik untuk mengetahui (*people right to know*), dan kewajiban media memberikan seluruh informasi sesuai dengan kepentingan publik. Sementara kepentingan publik bersifat abstrak dan sangat beragam, karenanya publik sendiri yang akan mendefinisikan sendiri kepentingannya.

SS sebagai media siaran berbasis berita dan informasi, menyebarkan informasi yang dekat dengan berbagai persoalan kehidupan publiknya, karena masalah yang dibahas merupakan masalah pendengar, dalam jurnalistik sering disebut *proximity*. Pendengar terlibat dalam tindakan jurnalistik atas masalah aktual

yang dekat dengan lingkungan mereka. Informasi isu-isu lokal menjadi prioritas karena menyentuh emosional, khas dan orisinal. Informasi yang seperti ini menghadirkan dan merepresentasikan ketertarikan publik untuk berbagi dalam berbagai hal atau masalah yang dihadapi dalam keseharian. Informasi lokal yang dekat dengan warga menjadi cermin ekspresi atau merefleksikan realitas sekaligus mempresentasikan kenyataan sebenarnya. Situasi lingkungan akan menjadi lebih terbuka dan jelas.

Kekuatan SS pada para pendengarnya yang secara sukarela menjadi 'reporter' bagi sesamanya. Pendengar saling berbagi pengalaman dalam interaksi percakapan 'mengudara' tentang bagaimana berlalu lintas yang tertib, santun di jalan, mematuhi rambu-rambu, dan memerhatikan keselamatan orang lain. Pendengar ikut memberikan dan menyebarkan informasi situasi lalu lintas dengan cepat dan aktual ke publik karena mereka berada dimana-mana. Mereka saling kontribusi *update* informasi *traffic report*.

Pendengar Radio SS menyebut radio ini sebagai bagian dalam ritual keseharian mereka berkendara di jalanan untuk mengetahui berita atau informasi terkini seputar situasi dan kondisi lalu lintas, bahkan menjadi pemandu para pengendara agar selamat sampai tujuan. Sehingga para pengendara di jalan bisa dipastikan *tune-in* SS. SS telah menjadi *media minded* warga masyarakat Surabaya. Setiap terjadi kejadian di jalan, SS menjadi 'polisi' pertama berkat

partisipasi pendengar yang selalu melaporkan setiap ada peristiwa atau kejadian.

Hal tersebut sejalan dengan pandangan media sebagai *integrasi sosial* (baca Littlejohn & Foss, 2009: 414) yang menggambarkan media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya saja, tetapi dalam *bentuk ritual*, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrumen informasi, tetapi *menyatukan manusia* dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi *rasa saling memiliki*.

Mereka merasa SS sudah menjadi milik warga masyarakat Surabaya dan sekitarnya yang memberi harapan dan solusi ketika mereka bicara di ruang publik dalam menyikapi persoalan hidup sehari-hari yang dekat dengan warga Kota Surabaya melalui ranah publik. Mencermati media yang sudah pada taraf seperti ini, merupakan sebuah kontribusi positif untuk kohesivitas yang diharapkan dari komunikasi modern. Media massa secara potensial mempunyai kekuatan bagi berbagai usaha-usaha kohesif (menyatukan) yang mampu menghubungkan individu-individu dalam usaha saling berbagi pengalaman mencerdaskan. *Keterlibatan* pendengar telah jauh dari dugaan, yaitu beberapa kali mereka berhasil dalam ikut menggagalkan pencurian mobil dengan sarana telepon dalam interaksi *on-air*.

Siaran interaktif merupakan medium *information sharing* di antara individu-individu yang menjadi pendengar aktif sehingga bermakna dalam konteks komunikasi merata, tidak menjadi dominasi kekuatan media semata. Media dan pendengar sinergi tumbuh bersama saling membutuhkan. Sehingga pada suatu titik akhirnya praktik *information sharing* ini belakangan memunculkan implikasi menarik yaitu menjadi awal timbulnya *rasa saling memiliki* diantara sesama pendengar terhadap keberadaan SS. Hal ini menjadi satu karakteristik khas SS, seolah media menjadi ruang bersama dari komunitas lokal. Seperti dikutip McQuail (2011:157) dari hasil riset Janowitz (1952); Stamm (1985); McLeod *et al* (1996); Rothenbuhler *et al* (1996); Stamm *et al* (1997) bahwa media lokal dapat berkontribusi secara signifikan terhadap kesadaran lokal dan rasa memiliki. Pendudukan lokal mendefinisikan dan memelihara serangkaian kepentingan terkait media, kekuatan sosial dan ekonomi secara bersama-sama menguatkan peranan integratif dari media lokal.

### **3.2.3. Interaktif Membangun Komunikasi Solutif**

Secara alami SS tumbuh dan berkembang mengikuti dinamika warga masyarakat Surabaya, dimana seiring waktu berjalan pendengar menjadi bagian dalam sirkulasi produksi isi pesan untuk mengurangi ketidakpastian informasi. Penyiar, pendengar dan narasumber melakukan pola komunikasi percakapan

(*conversation pattern of communication*) yang 'mengudara' seperti terjadi dalam komunikasi interpersonal. Sehingga hal ini menjadikan mereka partisipan yang andil dalam memproduksi dan mengontrol distribusi informasi. Sebaliknya, dalam pola komunikasi transmisi (*communication pattern of the transmission*) murni, informasinya secara terpusat diproduksi dan distribusinya dikontrol oleh media.

Sisi lain yang menarik, SS juga menjadi tempat dimana orang bisa berkeluh kesah atas persoalan hidup terutama menyangkut publik dan lembaga layanan publik. Kritikan, keluhan, dan informasi sekecil apa pun dari pendengar, SS meneruskan dengan cepat ke lembaga yang kompeten untuk merespon dengan segera. SS ikut menjadi saluran aspirasi warga masyarakat agar suaranya didengar dan diperhatikan, sekaligus 'mempertemukan diudara' dengan pemerintah kota atau provinsi dalam merespon setiap persoalan di masyarakat sebagai usaha memperoleh *feedback*, pemahaman atau pengetahuan menuju titik temu bersama.

SS ikut memonitor setiap persoalan yang berkembang, memonitor tindakan, dan solusi (jalan keluar yang bermanfaat) dari lembaga-lembaga berwenang yang hasilnya kemudian disiarkan kembali ke publik. Hal ini sebagai usaha mencari titik temu antara pendengar dengan pihak-pihak terkait dalam merespon setiap persoalan. Proses menuju titik temu bersama (*mutual*) melalui medium media tentu saja cenderung lebih sulit

serta menghadapi *noise* lebih besar daripada ketika terjadi secara tatap muka. Sifat radio siaran yang sekilas, cepat, terbatas tidak bisa mengetahui ekspresi fisik, dan bergantung teknologi adalah beberapa faktor kendala penentu sukses tidaknya komunikasi interaktif di media.

Implikasi teoritiknya adalah proses menuju titik temu merupakan bentuk konvergensi komunikasi yang melibatkan pendengar sebagai partisipan aktif menggunakan sarana komunikasi (telepon, sms, e-mail, media daring, media sosial) sebagai *sebuah gerakan menuju satu titik* terhadap komunikator, terhadap daya tarik umum, dan terhadap kesamaan. Namun, komunikasi yang dimediasi tidak pernah akan mencapai kesamaan makna yang persis, yang ada hanya derajat kesamaan.

Usaha media (siaran) menjadi medium yang memfasilitasi proses komunikasi interaktif patut diapresiasi dalam upaya mendekati sifat interaktif sesungguhnya seperti dalam komunikasi tatap muka saling memberi dan menerima informasi. Dimana sesuai dengan perspektif dalam konvergensi komunikasi antarpribadi dari D. Lawrence Kincaid (lihat Littlejohn dan Foss, 2009: 188; McQuail dan Windahl, 1993: 35) dengan interaktif akan terjadi pertukaran informasi, dialog dalam konteks menjelaskan kebingungan informasi serta memperoleh umpan balik sebagai koreksi atau evaluasi.

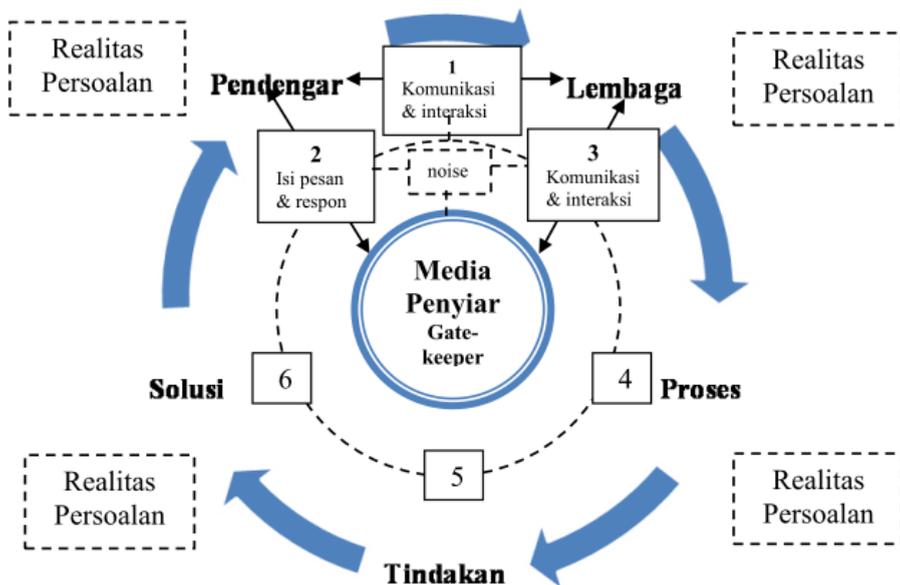
Sebagai contoh nyata, sering SS menerima komplain pendengar atas listrik padam (PLN) di wilayah tertentu di Surabaya. Laporan pendengar diterima, dicerna tim *gatekeeper* untuk memahami duduk persoalannya, sambil memverifikasi kebenaran data pendengar. Bila informasinya layak untuk diudarkan, maka *gatekeeper* memberi kode ke penyiar, dan penyiar memberikan waktu ke pendengar 'mengudara' untuk memberikan testimoni keluhan atas pelayanan perusahaan negara tersebut. Pendengar menyampaikan informasi dalam bentuk dialog dengan penyiar dan narasumber yang berkompeten.

Pendengar menyampaikan segala keluhan ke SS atas pelayanan publik, bila setelah melaporkan ke pihak yang kompeten tidak mendapatkan solusi atau jawaban yang memuaskan atas persoalan yang dihadapi. Sementara, tugas tim *gatekeeper* adalah menindaklanjuti laporan pendengar tersebut dengan mengonfirmasi kembali ke lembaga yang berkompeten, dan menanyakan penyebab serta bagaimana solusi terbaik dilakukan. Setelah tim *gatekeeper* mendapat kepastian informasi dengan jelas dari pihak yang berkompeten memberi solusi, SS mengudarakan kembali ke pendengar.

Pendengar diharapkan tidak langsung menelepon ke SS bila menghadapi persoalan, karena bagaimana pun SS bukan kantor PLN, atau PDAM, atau Polisi, dan sebagainya. Alur prosedur laporan pendengar ketika menghadapi masalah adalah dengan

terlebih dahulu menghubungi instansi terkait sebagai sumber masalah. Setelah itu, pendengar melapor kejadian atau masalahnya ke SS, diterima dan dialog dengan *gatekeeper* sebelum mengudara. *Gatekeeper* membantu ikut mengonfirmasi, menanyakan sebab masalahnya ke lembaga terkait, misalnya prosesnya telah sampai dimana agar ada solusi terbaik lembaga tersebut dalam layanan publik. Proses solusi dilakukan oleh lembaga yang kompeten, dan diudarkan kembali agar pendengar yang melapor tadi bisa mengetahuinya. Hubungan interaksi bermakna secara sirkuler yang bersifat *mediated quasi-interaction* (bab VII) antara media, pendengar dan lembaga dapat digambarkan secara sederhana dalam sebuah pada model Gambar 1.

SS sebagai lembaga penyiaran swasta komersial ikut memikul tanggung jawab sebagai *public service broadcasting* dengan mengacu pada fungsi-fungsi siarannya yang berorientasi pada *public service programs* atau program-program pelayanan publik, termasuk segala implikasi siaran yang memberi manfaat bagi publik, bukan menjadi genderang pemerintah. Artinya, media yang menjalankan penyiaran pelayanan publik pantas disebut *public broadcasting* karena isi siaran berorientasi kepada publik untuk kebaikan publik. Sehingga media tidak mudah dimanipulasi oleh pemerintah atau hanya menuruti keinginan cita rasa sekelompok kecil orang saja.



**Gambar 2. Model Interaksi *On Air* Antara Pendengar, Media, dan Lembaga**

Sumber : Hasil olahan penulis

Hubungan interaktif yang melayani kepentingan publik bermakna memberi manfaat tidak saja bagi pendengar yang sedang menghadapi masalah, tetapi bagi pendengar lain yang menghadapi masalah yang sama. Media mencari solusi bagi pendengar dalam menghadapi masalah via pihak-pihak (lembaga) yang kompeten merespon, atau solusi justru bisa datang dari para pendengarnya sendiri, dengan memberi saran-saran atau tindakan langsung saat itu sehingga informasinya berguna.

Apa yang dilakukan SS tersebut dalam terminologi interaktivitas media adalah menekankan kembali hubungan saling ketergantungan dalam dimensi konstitutif interaksi sosial dan aspek komunikatif. Interaktivitas yang merujuk pada hubungan antara media dan lembaga lain dalam struktur sosial. Proses interaktivitas terjadi melalui aktifitas simultan, dimana semua pihak menjadi partisipan untuk mencapai titik temu (*mutual*) pemahaman atau tujuan yang sama. Setiap partisipan bisa saling menginterupsi satu sama lain, sehingga tujuan dari pola komunikasi percakapan di media disepakati bersama. Senada dengan Dijk (2004:147) interaktivitas adalah sebuah sekuen dari tindakan dan reaksi, sementara bagi Jensen (dalam Dijk, 2004:147) interaktivitas untuk konsep *mediated communication*.

Interaktivitas memberi peluang komunikasi multi-arah dalam derajat sinkronisasi dimensi waktu. Sekuen respon dan tindakan yang tidak berhenti meningkatkan kualitas interaksi itu sendiri. Proposisi teori dalam perspektif media tindakan sosial yang perlu dikemukakan adalah kecenderungan rutinitas perilaku manusia menggunakan media informasi interaktif sebagai saluran aspirasi mereka, dimana dalam usaha meningkatkan kualitas interaksi untuk membangun pemahaman bersama ketika memproduksi pesan, menerima pesan, memahami pesan, memaknai pesan dalam konteks yang sama oleh semua pihak yang terlibat.

### **3.2.4. Siaran Interaktif dengan Menjaga Kesimbangan Idealisme dan Bisnis**

Radio SS meskipun memiliki orientasi komersial, tetapi tidak kehilangan hakekatnya sebagai institusi masyarakat, yang menyadari bahwa radio siaran yang menggunakan ranah publik adalah bagian dari hak publik. SS adalah salah satu contoh industri radio yang sukses dalam membangun bisnis bersama idealisme. Meminjam bahasanya Soetojo Soekomihardjo (pendiri SS), *idealisme yang bisa dijual bukan menjual idealisme*<sup>9</sup>. Semua itu diolah dengan tetap menjaga komitmen idealisme dalam menjalankan industri bisnis radionya untuk menghidupi seluruh karyawannya.

Sebagai institusi siaran swasta, SS mempunyai kekuatan dan kedekatan emosional dengan publik pendengarnya. SS juga mampu menciptakan keseimbangan dengan biro iklan, tidak ada yang menekan maupun ditekan dalam mengelola pasar. SS mempunyai pendirian dan konsisten dalam menjalankan bisnis radionya. Prinsip seperti ini diakui oleh Gunawan Alif mantan Pimred Majalah Cakram (dalam Arifin BH, 2010.223) yang mendudukan SS pada posisi yang mampu melakukan negosiasi dengan biro iklan secara elegan.

Pengiklan sebagai sumber utama pendapatan radio, biasanya merespon positif jika raihan pendengar naik karena ada peluang

---

<sup>9</sup> Wawancara dengan Errol Jonathans, 20 Maret 2012

daya beli. Pengiklan tidak akan ragu membelanjakan *budget* iklan (*order*) jika radio mampu memberi keyakinan bahwa program siarannya didengarkan dan kualitas pendengar adalah yang terbaik. Radio menjual (*sales*) produk berupa program siarannya ke pengiklan dengan jaminan program siarannya berkualitas, yaitu memberikan inspirasi wacana keterbukaan komunikasi, usaha demokratisasi, dan pelayanan kepentingan publik melalui siaran dan solusi terhadap berbagai persoalan.

Pemasang iklan awalnya alergi dengan konsep radio informasi interaktif, karena slot iklan SS terbilang mahal dibanding radio swasta lain. Penentuan tarif mahal merupakan keputusan berani, yang menurut Errol Jonathans bertindak dengan keberanian adalah strategi pencapaian yang maksimal. Misalnya dalam 60 menit siaran, SS hanya mengudarakan 10 spot iklan, dengan pertimbangan agar orang masih bisa menikmati lagu, mendengarkan informasi dan *feature* SS. Pembatasan iklan ini disepakati agar iklan tidak diudarakan sekaligus, sehingga iklan kesatu dan kedua masih didengar orang.

Penentuan standar tarif iklan radio belum ada mulai dari pusat sampai ibukota provinsi, dan kabupaten/ kota. Sehingga setiap radio siaran komersial bebas menentukan tarif iklan, sesuai persepsi sepihak manajemen radio masing-masing terhadap pemasang iklan. Hal ini diakui oleh Lutfi Abdullah<sup>10</sup> Ketua PRSSNI

---

<sup>10</sup> Wawancara dengan Lutfi Abdullah, 29 Mei 2012

Jatim dan pemilik dua radio swasta di Jember yang menyatakan bahwa memang menjadi kelemahan industri radio karena pemerintah, asosiasi atau industri radio belum bisa membuat standar tarif iklan radio.

**BAB IV**  
**KARAKTERISTIK**  
**PENDENGAR RADIO SS**  
**DAN PENGAKSES**  
**SUARASURABAYA.NET**

# BAB IV

## KARAKTERISTIK

### PENDENGAR RADIO SS DAN

### PENGAKSES

### SUARASURABAYA.NET

#### 4.1. Hasil Penelitian

##### 4.1.1. Pendengar Setia, Solid, Kritis

Karakteristik pendengar SS adalah mereka merupakan *pendengar setia, solid* dan *fanatik* yang berada dalam ‘lahan’ (konteks sosial budaya) yang mendukung dalam budaya arek. SS begitu melekat di hati pendengarnya. Disisi lain, pendengar SS bahkan dikenal *ganas* dan *kritis* yang sering membuat gentar instansi layanan publik di Surabaya. Laporan khusus harian Kompas edisi 2 Desember 2001 menyebut pendengar SS sebagai *The Real Reporter* yang mampu melaporkan peristiwa menjadi atmosfer faktual, membangun imajinasi pendengar, membawa pendengar serasa menjadi bagian dari peristiwa yang sedang dilaporkan. Masduki (2003:145) menegaskan liputan oleh pendengar menjadi terasa “hidup”, mampu *membikin radio yang dihidupkan, lebih menghidupkan kehidupan*.

Tindakan keterlibatan pendengar memberi laporan informasi lalu lintas tentang situasi terkini dan kondisi jalan raya ternyata bermanfaat bagi pendengar lain. Pengguna jalan raya, bisa memilih jalan alternatif agar terhindar dari jebakan kemacetan. Informasi selalu *terupdate* dari waktu ke waktu dari jalanan oleh para pendengar di lapangan. Bahkan berbagai peristiwa apa saja yang dianggap menarik selalu diinformasikan pendengar, yang langsung bisa diudarkan.

Berikut ini adalah beberapa contoh nyata deskripsi informasi di SS yang berhasil penulis himpun dari SS.net (28 Maret 2008), termasuk hasil *tuning-in* (menyimak) penulis selama penelitian berlangsung:

*“Hati-hati berlaku curang di jalan raya. Sebab, warga metropolis kini punya tempat mengadu yang efektif dan cepat lewat Kelana Kota Suara Surabaya. Seperti peristiwa Senin pagi lalu. Ada pemilik mobil yang diseruduk mobil lain di sekitar Gubeng. Ternyata mobil penyeruduk itu lari. Pemilik mobil yang diseruduk itu kemudian melaporkan ke SS berikut ciri-cirinya. Begitu telepon ditutup, sudah ada pendengar yang menjawab. “Oh, saya tahu. Mobil itu sekarang sudah dikenteng di Jalan Nias. Ciri-cirinya persis seperti yang diceritakan,” kata pendengar itu. Maka, tak sampai setengah jam, mobil penabrak itu sudah “tertangkap”.*

*“Contoh yang mirip juga menimpa mobil operasi Astra. Mobil operasional itu dilaporkan pendengar SS telah berlaku tidak sopan (zikzak) yang membahayakan pengendara lain. Begitu dilaporkan, dengan amat simpati, manajemen Astra mengirimkan faks minta maaf kepada pendengar SS dan menyatakan telah memberikan teguran kepada sopirnya yang kurang sopan”.*

*“Contoh lain ada pengemudi mobil yang mengudara di SS telah melihat pengendara motor berboncengan tiga yang semuanya adalah anak-anak belum cukup umur mengendarai sepeda motor di jalan, tetapi tidak ada penghentian dari polisi. Pengemudi melaporkan dengan memberi komentar nada sinis kepada petugas polisi yang tidak melihat kejadiannya, padahal mereka melewati pos polisi dan ada petugas jaga polisi di luar tetapi tidak menghentikan. Dengan sangat cepat SS kemudian mengonfirmasi ke Kanitlantas Polsek Gubeng, dan polisi langsung melakukan penghentian di ‘traffic light’ bukan pengejaran agar aman bagi pengendara lain”.*

Masyarakat semakin cerdas dan kritis menuntut pelayanan di semua lini dengan baik. Sehingga membutuhkan kesiapan praktik-praktik komunikasi yang transparan semua pihak. Pendengar SS yang dikenal kritis dan ‘ganas’ merupakan sebuah *nature* dari

refleksi karakter dan kultur masyarakat Surabaya yang terbuka. Di sisi lain, media agar lebih 'greget' dan atraktif memerlukan *provoking* untuk isu-isu yang berkembang. Walaupun pendengar SS 'ganas', namun tetap proporsional tidak mencederai personalitas orang, sesuai etika dan santun dalam berbicara sehingga tidak menjadi persoalan. Justru memberikan evaluasi pihak terkait.

Temuan di lapangan yang berhasil dicatat penulis mengenai tipologi pendengar SS secara umum antara lain terdapat *pendengar spontan* (bersifat kebetulan dan perhatian mereka mudah beralih ke aktivitas lainnya), *pendengar pasif* (mendengarkan siaran radio untuk mengisi waktu luang dan menghibur diri), *pendengar selektif* (mendengarkan siaran radio pada jam atau acara tertentu saja, fanatik pada sebuah acara atau penyiar tertentu. Mereka menyediakan waktu khusus untuk mendengarkan siaran radio), dan *pendengar aktif* (secara reguler tak terbatas mendengarkan siaran radio, apapun, di manapun, dan aktif berinteraksi melalui telepon. Radio menjadi sahabat utama, tidak hanya pada waktu luang).

Kualitas pemberitaan dan interaksi Radio SS dengan para pendengarnya telah membentuk profil pendengar aktif, terbukti dari tingginya tingkat partisipasi yang bisa mencapai 800-900 telepon per hari serta kerelaan orang untuk antre giliran berbicara. Pendengar aktif memanfaatkan sarana telepon (rumah dan

kantor), *handphone* (bicara dan SMS), dan internet untuk koneksi ke SS. Saluran telepon langsung ke *gatekeeper* melalui nomor (031) 560 0000, dan SMS ke 08553010055. Catatan di Radio SS menunjukkan, satu permasalahan yang *on air* oleh seorang pendengar, mampu memancing respon kurang lebih 5 orang penelpon. Ada yang membantu memberi solusi, ada yang mengomentari, ada yang memberitahu pernah mengalami kejadian yang sama, atau hanya sekedar mengomentari lagu yang apresiatif.

Pendengar umumnya melaporkan *traffic report* peristiwa jalanan yang ditemui secara sukarela dan tidak mengeluh dalam pengeluaran pulsa. Mereka mencintai berbagi informasi terhadap sesama. Misalnya, pendengar yang terjebak atau terancam terjebak kemacetan, bisa mendapatkan panduan jalan keluar. Selalu ada pendengar lain yang bermurah hati menunjukkan solusi jalan keluar dari kemacetan, dari pengalamannya lewat jalan alternatif yang sudah dibuktikan kebenarannya setelah mencobanya. Semua ini dilakukan karena keinginan berbagi ‘penderitaan’ dan ikut memecahkan masalah yang sedang dihadapi sesama pendengar SS.

Penyiar, *gatekeeper*, dan sesama pendengar SS sama-sama mempunyai semangat untuk mencari solusi atas masalah yang dilaporkan pendengar lain. Ketika penyiar sedang asyik menyajikan *traffic report*, pendengar lain ikut *nimbrung* mengomentari topik yang awalnya disampaikan penyiar. Ditengah

obrolan lalu lintas, muncul keluhan-keluhan soal pemadaman listrik, rencana pemerintah menaikkan Tarif Dasar Listrik (TDL); air PDAM keruh atau tidak mengalir; isu kenaikan Ijin Mendirikan Bangunan (IMB) yang akan berimplikasi kenaikan properti; demo buruh menuntut kenaikan Upah Minimum Regional (UMR); tidak lancarnya penyaluran dana Bantuan Operasional Sekolah (BOS), tempe menghilang (Juli 2012), kisruh pendaftaran SMP dan SMA, jebloknya nilai Unas Bahasa Indonesia 2012 dibanding pelajaran lain, rencana pemerintah mencabut BBM bersubsidi yang menyengsarakan rakyat kecil, sampai penemuan orang hilang.

Mereka yang terlibat dalam siaran di Radio SS sebagian dari mereka ada yang bersuara di pagi hari, siang, sore atau malam hari. Mereka adalah para pendengar sekaligus secara sukarela menjadi 'reporter' dan informan dalam berbagi ide, kritik, atau sekedar memberi informasi. Sebut saja mulai pejabat pemerintah seperti Gubernur, Wakil Gubernur, Walikota, Kepala Dinas atau Pejabat Pemerintah, Politikus, Pengusaha, Profesional, Wiraswasta, Karyawan, PNS, Militer, Dosen, Mahasiswa, Ibu Rumah Tangga sampai para Supir dan Satpam.

Dari data di Radio SS (Litbang SS, 2012), program favorit berdasarkan *trend* kependengaran harian adalah Wawasan (Tiap hari) dan Dialog Prospektif Bisnis (Jumat Pk. 09.00-10.00). Sementara untuk jumlah penelpon per hari rata-rata 800 - 900 orang, jika ada keadaan khusus mampu menembus 1100 orang.

Sedangkan data pendengar aktif, rata-rata satu bulan antara 6000 - 7000 orang atau *unique number*. Total jumlah nomor telepon yang aktif selama satu tahun 134,000. Dan jumlah total *database* nomor telepon (aktif tidak aktif) sampai data ini dibuat 343,000 nomor telepon. Jumlah pendengar SS di Surabaya sampai dengan Agustus 2012 berkisar 757,000.

Kepopuleran siaran Radio SS dirasakan oleh semua kalangan warga masyarakat Surabaya dan sekitarnya, sehingga pendengarnya terdiri dari beragam profesi yang satu sama lain saling menanggapi informasi yang mengudara atau meng*counter* informasi yang diragukan kebenarannya. Setiap hari SS menerima begitu banyak telepon dari beragam pendengar yang ingin kontribusi untuk melaporkan: kondisi lalu lintas, keluhan pada layanan publik, peristiwa kriminal, peristiwa musibah, keterlambatan pesawat, ikut dalam diskusi, ikut mengomentari situasi sosial politik, sampai orang hilang.

SS melekat di hati masyarakat Surabaya dan sekitarnya. Setiap peristiwa yang terjadi warga masyarakat selalu menghubungi SS. SS mendapat amunisi dari para pendengarnya agar tetap kritis dalam masyarakat kota yang terbuka dan semakin menuntut. Sehingga diharapkan SS bisa menjadi media komunikasi multi arah, karena masalah itu terjadi biasanya akibat komunikasi yang terhambat.

Radio SS menjadi *semacam mata dan telinga* warga Surabaya dan sekitarnya. Ketika ada masalah apapun, warga Surabaya sudah terbiasa langsung mengadu ke Radio SS. Karena dengan pengaduan 'di udara' ini, bersifat apa adanya. Tidak *ditutup-tutupi*. Sementara pihak yang diadukan pendengar bisa langsung memberi respon seketika itu, setelah *gatekeeper* melakukan konfirmasi informasi. *Gatekeeper* dan pendengar bersama-sama memberi catatan-catatan informasi.

Tidak sedikit diantara para pendengar mengandalkan Radio SS bila bepergian. Radio SS menjadi semacam *pemandu perjalanan*. Orang merasa belum nyaman dalam perjalanan kalau belum dipandu oleh Radio SS agar tiba di tujuan dengan selamat. Bila menemukan peristiwa atau kejadian menarik diperjalanan, pendengar melaporkan ke SS. Sisi positif siaran interaktif adalah memberi atmosfer kebebasan berbicara dan menyampaikan pendapat. Orang merasa bahwa dirinya dihargai, merasa mendapat tempat dan merasa didengar. Diperkuat salah satu hasil survey SS 2010, radio belum tergantikan dalam hal memberi sensasi kedekatan, interaksi dan kehangatan. Sisi negatifnya adalah konfirmasi dan verifikasi laporan dari pendengar lemah (akurasi berita lemah), dan tim *gatekeeper* harus selalu melakukan konfirmasi ulang agar informasi dapat diandalkan (sahih) dan dipercaya publik pendengar lain.

#### 4.1.2. Pengakses Laman [www.suarasurabaya.net](http://www.suarasurabaya.net)

Data pengunjung laman SS.net ([suarasurabaya.net](http://suarasurabaya.net)) selama penelitian berlangsung (2012) dari bagian penelitian dan pengembangan SS, rata-rata berkisar 153,000 visitor per bulan atau 5100 per hari. File yang banyak diakses adalah Kelana Kota. SS.net sifatnya untuk *full support* konten radio SS. Proporsi pengakses 70 % dari dalam negeri dan 30 % luar negeri. Relevansi SS melakukan konvergensi (tersedia on-air, ss.net, dan media sosial) untuk menambah kekuatan SS. Hal ini diakui oleh Iping Supingah<sup>11</sup> (*Supervisor* dan *Reporter* SS.net) yang mengatakan:

*“Relevansinya SS Media melakukan konvergensi (ada On-Air, SS.net, media sosial) adalah untuk menambah kekuatan SS. Karena sekarang dengan perkembangan teknologi kalau hanya bertahan pada media konvensional saja pasti ketinggalan dengan media lain yang sudah menerapkan konvergensi. SS mengikuti trend juga dengan merangkul semua yang bisa memberikan kekuatan dan memperbesar SS sendiri”.*

Alasan beberapa pengakses SS.net melakukan *browsing* internet adalah untuk mendengarkan radio *online* atau *video streaming* siaran SS, dan akses informasi yang tidak bisa dijangkau lewat radio terestrial karena keberadaan di luar wilayah Surabaya

---

<sup>11</sup> Wawancara dengan Iping Supingah, 24 Pebruari 2012

dan sekitarnya. Daya tarik laman tersebut hal utama mereka mengakses, di samping untuk mengisi ruang dalam kehidupan mereka, menawarkan pilihan dan kemudahan informasi, serta nilai kebebasan akses yang tiada batas.

Bagi pengakses dari luar negeri seperti Rudyanto Tjandra (menetap di Sydney, Australia, sejak 2002) mengakses SS.net mampu memberikan kesan dan pengalaman tersendiri saat mana mereka sudah domisili di luar negeri tetapi seolah-olah berada di Surabaya. Di samping untuk mengetahui situasi kota Surabaya, kota dimana mereka dilahirkan. Maka meskipun merasakan Surabaya '*jauh di mata*' tetapi '*tetap dekat di hati*', bahkan ditelinga dengan aktivitas mendengarkan Radio Online SS. Ia mengaku senang dan bangga sekali bisa mengikuti berita-berita dari daerahnya sendiri seperti Program Kelana Kota tanpa harus berada di satu tempat tertentu, sehingga mampu mengobati kerinduan terhadap daerah asal, dimana sanak keluarga masih banyak berdomisili di Surabaya.

Umumnya pengakses mengakses karena adanya ikatan emosional terhadap asal-usul dan keluarga, guna mengikuti pemberitaan tentang situasi dan kondisi Surabaya setelah sekian tahun mereka tinggalkan. Media SS.net mereka pandang lebih '*dekat*', karena mampu memenuhi harapan mendapatkan informasi tentang Surabaya dan sekitarnya.

## 4.2. Pembahasan

### 4.2.1. Pendengar Mengakar Di Masyarakat Surabaya

Konsep radio interaktif yang telah berjalan semenjak 1994, dimana *news* sebagai *core* media dapat menciptakan partisipasi pendengar sehingga pendengar merasa memiliki radio ini. Implikasinya akan memunculkan loyalitas, dan menciptakan loyalitas bukan perkara mudah. Karena tidak semua radio siaran bisa melakukannya. Loyalitas radio ke stasiun, bukan ke konten atau program acara. Konten di radio tidak bisa dikatakan permanen, dan satu radio dengan radio lain kontennya beragam.

Dalam menciptakan program acara radio (*radio programming*) seorang *broadcaster* harus mengetahui karakteristik pendengarnya dengan baik, agar mereka tidak gampang mengubah frekuensi. Hal ini dilakukan agar loyalitas dijaga dan konsisten dengan format radionya. Tanpa loyalitas, pendengar akan bergeser ke radio lain. *Image* stasiun diciptakan, agar pendengar tidak beralih. Kekuatan SS pada pendengarnya yang solid, setia, kritis dan fanatik, karena SS begitu melekat di hati dan tanpa disadari pihak manajemen, pendengar justru telah mengakar pada masyarakat Surabaya.

Mengapa bisa mengakar sedemikian kuat, karena SS memberikan ruang untuk mendengarkan mereka atas apa yang menjadi harapan dan keinginan pendengar, tidak lagi memonopoli suasana siaran di 'udara'. Pendengar dilibatkan dalam sirkulasi

proses produksi isi siaran. Penyiar seolah menjadi kawan dekat dan akrab dalam percakapan setiap waktu dengan pendengar sebagai bagian dari partisipan siaran. Hal ini sejalan dengan tesis Jan Borderwijk dan Ben Van Kaam (dalam Littlejohn dan Moss, 2009:64; Jensen, 1998:186-187) dalam tipologi media yang mengedepankan pola komunikasi percakapan, yang mempunyai karakteristik hubungan komunikatif yang dialogis dalam proses saling memproduksi makna.

Publik media sebagai sebuah fenomena sosial sudah seharusnya diapresiasi media, karena implikasinya memberi hidup media. Aktifitas interpretatif pendengar ketika 'mengudara' dalam memberikan laporannya membuat sebuah peristiwa menjadi hidup, bermakna tidak saja bagi dirinya, tetapi bagi orang lain. Karena informasi yang dilaporkan dekat dengan mereka, sehingga terbangun ikatan emosional yang kuat antara sesama publik pendengar.

Implikasi teoritisnya adalah radio yang memasuki ruang publik sesungguhnya tidak semata-mata menjadikan pendengarnya *target market*. Namun, radio adalah dialog atau percakapan dimana proses *decoding-encoding* dalam produksi isi siaran menjadi pengetahuan bersama sekaligus *social sharing* siapa pun sebagai warga negara dan masyarakat. Warga biasa bisa berbicara bebas di 'udara' menanggapi persoalan-persoalan

kehidupan. Ruang publik dimanfaatkan maksimal untuk artikulasi pendengar dengan mediasi media.

SS memberikan ruang “bicara” publik yang selama ini kerap dimarjinalkan media arus utama. SS menjadi medium bagi publik yang tidak dapat bersuara dengan memberikan kesempatan untuk mengungkapkan suaranya. Senada dengan ungkapan *voice of the voiceless* melekat pada SS melalui program interaktifnya, termasuk sesuai dengan ungkapan *the media of the medialess*, SS menjadi media masyarakat kebanyakan yang tidak punya media sehingga suaranya diperhatikan.

Hal inilah yang kemudian menyadarkan dan ‘memaksa’ SS perlu mewadahi keinginan pendengar dengan segala konsekuensinya. Beruntung SS tumbuh dan berkembang dalam *konteks sosial budaya* masyarakat ‘kampung’ Surabaya yang terbuka. Radio bagaimana pun bersifat sangat lokal, dengan *typical content* yang khas dengan sajian program acara yang menjadi penanda identitas kultur. Masyarakat yang bicara apa adanya, peduli terhadap sesama, sekaligus kritis.

Rutinitas warga menjadi sesuatu yang menarik media mengisi isi siaran sekaligus memberdayakannya yaitu menjadikan masyarakat dalam lingkup pendengarnya menuju kearah perilaku *prosocial* yang berkaitan dengan kebutuhan manusia. Mengerjakan sesuatu yang baik untuk orang lain atau seluruh masyarakat, termasuk perilaku menghargai orang lain serta mempersilakan

masyarakat menjalankannya. Pendengar diajak ikut peduli dan ada kebutuhan ikut berperan dalam kontrol sosial.

SS pada akhirnya menjadi suatu komunitas. Komunitas orang yang saling peduli dalam ikut memecahkan persoalan kehidupan sehari-hari warga kotanya. SS berhasil mengedukasi publik pendengarnya dengan pencerahan dialogis yang berguna. Publik menjadi sadar akan hak, kewajiban dan partisipasi mereka di area publik. SS juga berhasil menjadikan radio ini 'milik' bersama untuk kepentingan semua warga masyarakat. Pendengar merasa dihargai, mendapat tempat aspirasinya, dan didengar suaranya untuk suatu kegiatan yang mendorong perubahan perilaku warga masyarakat kearah lebih positif.

#### **4.2.1.1. Andil Budaya 'Arek' dalam Menumbuhkan Pendengar Yang Setia, Solid dan Kritis**

Surabaya sebagai kota metropolis, masyarakatnya heterogen. Ada penduduk asli dan penduduk urban. Menurut Widodo (2002:462), sebagai kota bandar, masyarakat penghuni Surabaya dari berbagai daerah sekitar, ditambah bangsa pendatang yaitu, Arab, Cina serta India yang kemudian anak cucunya lahir di Kota Surabaya. Surabaya dikenal melalui *budaya arek* yang secara kultur sosiologis bila ditelusuri mengakar semasa kejayaan Majapahit sekitar abad 14. Ketika Islam masuk melewati pesisir

utara Jawa, sehingga membentuk “kebudayaan Jawa Pesisiran” terutama di daerah Tuban, Sidayu dan Gresik.

Pengaruh Majapahit berupa nilai-nilai keagungan atau penaklukan yang dianut orang-orang Majapahit berkembang dalam wilayah budaya Jawa Timur, terutama sisi timur Kali Brantas. Kontribusi Majapahit satu diantaranya adalah bahasa yang tidak memiliki tingkatan dalam berbahasa yang digunakan dalam wilayah budaya arek, wujud semangat egaliter. Budaya arek meliputi *wilayah Surabaya, Sidoarjo, Gresik, Mojokerto, Jombang, dan Malang*. Sementara *Kediri dan Blitar* dibatasi oleh Pare ke timur yang juga memiliki khazanah budaya Arek.

Akhudiat (2008: 116) menegaskan bahwa kata *arek* bila ditelusuri merupakan dialek lokal dari *rare* atau *lare, bocah, kacang, thole*. *Arek Suroboyo* memiliki ikatan kultural yang kuat. Dimana pun mereka hidup sangat mudah dikenali kekhasannya, yaitu memiliki ciri-ciri khusus seperti *terbuka, karakter yang spontan, berani, agak heroik, kompetitif, tegar, tidak mudah tersinggungan, peduli* pada orang lain, mempunyai *sikap proaktif* dan tidak kalah penting adalah terdapat perilaku *nyablak* (bicara apa adanya sesuai apa yang ada di hati atau *uneg-uneg*) yang merupakan bagian dari keseharian masyarakat Surabaya.

*Nyablak* yang sering disertai dengan kata-kata *pisuhan* (umpatan) yang merupakan perilaku keseharian *arek Suroboyo* dalam berinteraksi. Keberadaannya bahkan menjadi identitas dan

mudah dikenali kekhasannya. Kata-kata pisuhan tersebut sering kedengarannya sangat kasar atau cenderung kurang sopan untuk diucapkan. Kebanyakan diucapkan menggunakan Bahasa Jawa *ngoko* (Bahasa Jawa yang tidak memiliki tingkatan, dipakai dalam pergaulan) dengan logat Surabaya dengan semangat egaliter, yang tidak peduli subetnik itu berasal. Namun, dibalik kata pisuhan secara tidak sadar justru menjadi ikon *arek Suroboyo*, tidak bermaksud atau berkonotasi sengaja menyakiti orang lain. Justru seperti sapaan akrab.

Berangkat dari konteks sosial budaya *arek Suroboyo* ini, ditangan profesional radio atau pemimpin yang jeli memanfaatkan peluang menjadi modal awal yang luar biasa. Karena melibatkan dan membuat pendengar menjadi '*merasa memiliki*' dan terbukti sangat efektif dalam proses saling mengontrol dalam peran masing-masing. SS tidak hanya mengenal karakter *arek Suroboyo* dengan baik, tetapi SS bahkan ada di dalam kehidupan mereka. Jadi budaya sebagai bagian penting atas apa yang dibuat dalam interaksi sosial. Pada gilirannya, budaya membentuk konteks bagi tindakan dan interpretasi.

Dalam kasus Radio SS ini, beberapa sisi itu bisa digarap menjadi potensi yang mungkin tidak dimiliki masyarakat daerah lain. Peran ideal media menjadi mediator atau fasilitator sedikit banyak telah dimiliki SS. SS telah mendapat kepercayaan sekaligus '*milik*' *arek Suroboyo* sebagai media untuk menyampaikan apa pun,

baik berupa *uneg-uneg* atas ketidakpuasaan atau kritik solutif tanpa bermaksud menyakiti pihak-pihak yang disebutkan oleh pendengar atau penyiar.

#### **4.2.1.2. Dukungan Ribuan 'Reporter' Jalanan**

Siaran interaktif SS menjadi hidup berkat partisipasi publik pendengar yang menjadi 'reporter' jalanan. Sesama pendengar dapat saling memberi informasi langsung untuk melaporkan kejadian di sekitarnya. Menurut *database* Radio SS tahun 2012, tercatat sudah sampai 316.000 sukarelawan 'reporter' setia. Mereka, setiap hari, setiap minggu atau minimal sebulan sekali, aktif sebagai informan menyampaikan berbagai informasi. Mulai soal kemacetan lalu lintas, peristiwa di jalanan, kebijakan pemerintah kota, sampai aktif mengomentari program dialog interaktif dengan para narasumber di studio.

Namun dalam perjalanan sejarah SS, melibatkan pendengar tidak begitu saja tanpa risiko. Sementara SS tidak pernah memberi mereka pelatihan etika bertelepon atau pelatihan jurnalistik kepada publik pendengar. Hanya penyiar dan *gatekeeper* yang selalu mengarahkan (memandu) para pendengar dengan pertanyaan-pertanyaan detail untuk mendapatkan data yang jelas dan benar. Karena ancaman informasi yang tidak betul (*ngawur*), diragukan kesahihannya bisa menjadi bumerang dan menjerumuskan. Kredibilitas radio sangat dipertaruhkan.

Siaran interaktif SS awalnya yang penting adalah pendengar bersedia menelpon dan berani berinteraksi agar menjadi bagian dari informasi. Mereka umumnya belajar dari mendengarkan reporter SS dalam melaporkan peristiwa, dan belajar dari sesama penelpon yang lain yang sudah mahir. Akhirnya penelpon pemula bisa menjadi mahir memberikan informasi dengan 'standar' SS. Pendengar menjadi terbiasa dengan gaya informasi yang dikehendaki oleh Radio SS dengan pola urginitas yang diterapkan.

Dalam program interaktif penambahan *line* telepon bukanlah solusi baik mengatasi antrian telepon masuk dari pendengar. Karena prinsipnya yang bisa *on air* hanya satu orang, bila penyiar sedang *on-air* pendengar tidak bisa masuk. Bila pendengar *on-air* penyiar tidak bisa menyela. Jadi mekanisme *on air* harus bergantian antara penyiar dan pendengar, dan mekanismenya diatur oleh *gatekeeper*.

Menurut Yoyong Burhanudin<sup>12</sup> (Manajer Siaran Radio SS) dalam kasus-kasus tertentu, pengakuan pendengar tidak berkeberatan atas pulsa telepon yang dipakai. Misalnya terdapat pendengar yang membayar pulsa *handphone* bisa mencapai Rp 1.5 juta per bulan hanya untuk menelpon ke nomor *hot line* on-air SS di (031) 560 0000.

Argumentasi pendengar yang sering menelepon ke SS beragam, salah satunya adalah alasan karena ritme pekerjaan

---

<sup>12</sup> Wawancara dengan Yoyong Burhanudin, 1 Maret 2012

bisnis menyita waktu, maka bertelepon ke SS dengan membagikan informasi dianggapnya sebagai bagian dari kepedulian mereka untuk membantu orang lain, yang membutuhkan informasi. Artinya tindakan publik pendengar seperti ini bisa dikatakan sebagai bentuk ekspresi sisi kemanusiaan terhadap sesama.

#### **4.2.2. SS.net Sebuah Tuntutan Perkembangan Melayani Pendengar**

Pengakuan subyek penelitian selaku pengelola SS diperoleh benang merah bahwa radio sebagai media konvensional dalam era internet dituntut bisa melakukan perubahan, atau membuat inovasi cerdas untuk pendengar terutama generasi baru sebagai komunitas yang sudah tidak membeli pesawat radio (*portable*) karena fasilitas televisi dan radio terintegrasi di *gadget* komunikasi. Hal ini dipertegas oleh Street (2001:178) bahwa sistem komunikasi internet pada prinsipnya didesain sebagai sebuah sistem *narrowcasting* dimana distribusi isi siaran ditujukan ke publik kecil atau *niche audience*.

Pengakses semakin *mobile* dan menghendaki informasi yang cepat, aktual dan fleksibel. Pengakses berada dimana-mana tak terbatas geografis, dimensi ruang dan waktu. *World wide web (WWW)* atau laman memberikan penggunaan yang terbuka dan fleksibel. Pandangan ini didukung oleh Pierre Levy (dalam Littlejohn & Foss, 2009: 413) yang mengatakan bahwa laman

media online sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan karenanya terikat dalam suasana yang lebih interaktif.

Media baru memberi bentuk interaksi baru yang membawa orang kembali pada hubungan pribadi dalam cara yang tidak dilakukan media konvensional. Sebagian pihak meyakini bahwa media baru lebih '*mediated*'. Media baru berisi kekuatan sekaligus keterbatasan. Kekuatan yang dimaksud mungkin bisa dalam bentuk menjadi bagian dari khalayak global, yang mampu memproduksi materi lokal (karakteristik *pull* dalam media online) untuk disebarluaskan secara global.

Bagi pengakses SS.net memaknai keberadaan media interaktif ini bisa sebagai media komplementer, untuk melengkapi informasi ketika apa yang di siarkan (berita/ informasi) di Radio SS100 FM kurang detail dan hanya sekilas, maka ketika mereka mengakses SS.net dengan mudah menemukan kembali beritanya. Radio tidak lagi menjadi media yang hanya bisa sekali didengar, tetapi bisa *track* ulang karena telah di-*record* oleh SS.net.

Di samping itu, akses media online murah (tidak berlangganan), informatif, fleksibel/ luwes (bisa diakses dimana pun, kapan pun), praktis, cepat (*realtime*), menarik karena sifatnya yang *multimedia* menggabungkan *audio*, *visual* dan *video* serta bisa menjadi jembatan ke dunia global, dan bisa sebagai gudang data

(*database*) informasi, terutama menyangkut informasi Surabaya dan Jawa Timur.

Internet yang awalnya memberikan *full service web information*, akhirnya menjadi portal yang melayani informasi sesuai fokus spesialisasinya, mengingat *users* internet yang semakin selektif dalam mengakses dan memilih informasi mana yang sesuai. Hal tersebut senada dengan apa yang dikatakan Perse dan Dunn (dalam Severin and Tankard, 2001: 375) bahwa alasan seseorang mengunjungi situs berita online karena memenuhi *media attributes*, yaitu sebagai media yang mampu memberikan *summary of the news* yang eksklusif dan interaktif. Kemudian, alasan *accessibility* karena bebas dan murah, serta alasan *convenience* yaitu mudah untuk mendapatkan berita online. Sehingga bisa dikatakan media memberikan kontribusi sangat besar dalam menentukan apa yang kita rasakan, pikirkan dan apa yang kita percayai sebagai nilai-nilai kebenaran.

Pengakses menyatakan bahwa SS.net juga merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan Radio SS 100 FM, sekaligus sebagai produk budaya masyarakat Surabaya. Sehingga SS.net mampu memberikan *sharing the experience* mereka ketika ia membagikan kepada orang lain. Sementara bagi Merton (1967:131) dalam teori perilaku adaptif setiap individu beradaptasi dengan pola-pola sosial budaya dalam memilih tujuan-tujuan (*goals*) dan alat-alat atau cara (*means*) yang digunakan.

Di samping itu, peran individu sebagai bagian dari *interpretive communities* yang secara aktif melakukan persepsi dengan cara melakukan interpretasi dan membangun 'kesan' berkaitan dengan *image* dari pesan yang mereka terima. Bagaimana persepsi individu terhadap media *interactive* SS.net tentu saja bisa berbeda berdasarkan pada *users experience* dalam konteks masing-masing. Misalnya teks dalam laman SS.net menurut para informan (*as netter/ users*) sangat menarik dan memberikan semacam *user experience* melalui *browsing* dengan layar dan *user interface* yang menawarkan pengalaman menyenangkan.

Mendengarkan radio online memberikan *the sense of excitement* bagi pengakses karena aktifitas ruang studio dengan penyiar dan tim *gatekeeper* dapat dilihat dan radio dapat didengarkan kembali siarannya (*recorded file* dalam *radio on demand*), serta dapat mengenali fisik dan wajah penyiar. Teknologi *live streaming* juga memungkinkan penyiar yang ada di dalam studio untuk mendengar dan melihat dengan pengaksesnya, sehingga hal ini memberi kesan dan membangun realitas kemayaan yang nyata pada pengakses.

#### **4.2.3. Media Habit**

Dalam salah satu hasil penelitian yang dilakukan Radio SS 2010 untuk mengetahui *media habit* dan preferensi musik, dengan metode *focus group discussion* (12-13 Oktober 2010) dan

wawancara mendalam (18-30 Oktober 2010) terhadap pendengar (mereka yang mendengarkan radio suara surabaya minimal 2 jam sehari) dan bukan pendengar (mereka yang mendengarkan radio selain suara surabaya minimal 2 jam sehari).

Data menunjukkan bahwa harapan untuk radio saat ini sangat diandalkan oleh pendengar atau pengakses untuk *mengetahui peristiwa lokal* yang mempunyai kedekatan emosional. Misalnya informasi lingkungan sekitar tentang perkembangan kota dan nasional baik sosial, politik, hukum, dan sebagainya (contohnya: diskusi dengan pemkot, pemprov, dan instansi terkait); info perbankan, bisnis, ekonomi, peluang usaha; info *lifestyle, entertainment* (musik & *infotainment*), dll.

Rutinitas sebagian besar pendengar *tuning in* program siaran pada umumnya secara otomatis atau berulang sebagai sebuah kebiasaan ketika mereka di mobil menuju tempat kerja atau ketika berada di jalanan. Hal ini sebagai media habit, dimana ditegaskan oleh La Rose (2010: 194) bahwa media habit didefinisikan sebagai, "*as a form of automaticity in media consumption that develops as people repeat media consumption behavior in stable circumstances, has been periodically discovered, forgotten, and rediscovered in communication research*".

Sementara itu, perilaku tindakan orang mendengarkan radio merupakan respon terhadap lingkungan sekitar untuk memantau situasi terkini kondisi lalu lintas dari ketidakpastian, sekaligus

sebagai panduan agar sampai tujuan. Serta untuk memantau situasi lingkungan sekitar sehingga informasinya bisa dibagikan, dan atau dipertukarkan dengan sesama pendengar lainnya. Hal ini senada dengan Max Weber (dalam Anwar dan Adang, 2013:146-147) yang menyebutnya sebagai kategori teori tindakan sosial tradisional (*traditional action*), yaitu tindakan yang diulang secara teratur, menjadi kebiasaan, tidak menjadi persoalan kebenaran dan keberadaannya. Tindakan semacam ini merupakan kebiasaan yang sudah rutin dilakukan seseorang.

Kebiasaan lain bagi warga kota Surabaya adalah ketika menemukan masalah yang tidak mendapat respon semestinya dari lembaga layanan publik maka pendengar akan melaporkan ke SS, misalnya listrik mati terlalu lama, atau kehilangan sesuatu karena kriminalitas (mobil, motor, kecopetan, dan sebagainya). Orang akan merasa lega atau nyaman kalau sudah di *SS-kan* daripada lapor ke polisi berbelit, bahkan bagi warga kota Surabaya terdapat istilah "*untung ada SS*", sebagai tempat menyalurkan aspirasi suaranya, karena mereka merasa 'memiliki' radio ini. Tindakan sosial ini dapat dikategorikan sebagai tindakan rasionalitas instrumental (*instrumentally rational action*), yaitu tindakan yang pada dasarnya dilakukan karena kepentingan atau untuk tujuan tertentu.

Pantauan penulis selama penelitian, pendengar SS lebih banyak yang sudah *wise*, meskipun terdapat pendengar yang

ekstrem. Misalnya ketika *on-air* merespon diskusi rencana kenaikan BBM, ada yang keluar dengan kata-kata “hapuskan”, “ubah saja” atau *mengolok-olok pemerintah* atau *kepala negara*, tetapi jumlahnya kecil dibanding pendengar lain yang *wise* tadi. Penyiar menyampaikan fakta yang dimiliki, pendengar merespon, dan kesimpulan ada pada pendengar.

Hal yang menarik dari *media habit* adalah bagi kelompok menengah atas, mengalokasikan waktu dan anggaran untuk akses media menjadi kebutuhan wajib. Karena media, menjadi sarana memutakhirkan pengetahuan dan hiburan sehari-hari. Namun, meningkatnya kesibukan mereka ternyata meningkat pula kebutuhan untuk mengakses media, melalui kemudahan yang diperoleh dari *mobile device*. Sehingga memungkinkan mereka melakukan akses media di sela-sela kesibukan bekerja. Sementara bagi media, tantangan terbesarnya adalah mencuri perhatian publik dengan *issue* yang menarik, ringkas, dan tuntas.

Saat ini telah terjadi perubahan *trend* konsumsi media, dimana internet tidak lagi menjadi barang mewah bagi responden. Tingkat akses internet berada satu level di bawah TV, karena dengan mengakses internet dapat mencakup seluruh informasi yang diberikan oleh media koran, TV, radio, atau majalah bahkan jauh lebih cepat. Namun eksistensinya masih sebagai komplementer media konvensional yang sudah ada.

Suarasurabaya.net sebagai *portal news* yang menyajikan berita lokal Surabaya, Jawa Timur dan Nasional disertai gambar, radio online dan *audio on demand* dan *video streaming*, sehingga lokalitas berita memberikan daya tarik dan ikatan emosional. SS.net telah menjadi konektor antara pengakses dengan komunitasnya dan berusaha membangun *mindset* perilaku warga yang kritis, peduli pada kotanya dengan membangun kultur terbuka multiarah yang dicintai warga kota sebagai *stakeholders*. Kebiasaan mengakses SS.net dilakukan informan pada malam hari, waktu luang atau di kantor.

Sementara, opini tentang siaran Radio SS dari pendengar adalah sangat positif, informatif dan *up to date* tentang perkembangan kota Surabaya terutama *info traffic*. Musiknya kurang banyak dan kurang mengikuti *trend* sekarang. Informasi yang diberikan sudah memenuhi ekspektasi pendengar, namun akses *line* telepon sangat padat. Jumlah pendengar Radio SS yang berkisar 757 ribu orang, dengan status sosial ekonomi pada level menengah ke atas (SES BAA+ tingkat pendapatan setara Rp 2.000,000,- atau lebih) dengan tingkat pendidikan terakhir minimal setara dengan SMA sampai PT memberikan nuansa bahwa Radio SS adalah radio yang dikelola secara serius dengan manajemen yang baik.

**BAB V**  
**PEMANFAATAN**  
**RADIO SS OLEH**  
**PARA PENDENGAR**

# BAB V

## PEMANFAATAN RADIO SS OLEH PARA PENDENGAR

### 5.1. Hasil penelitian

#### 5.1.1. SS Menjadi Referensi Pendengar

Program interaktif mampu menciptakan interaksi, dan interaksi membangun kedekatan radio dengan pendengar. Interaksi bukan saja terjadi secara *on-air*, tetapi aktivitas *off air* yang bersifat sosial dan mencerahkan juga turut andil dalam membangun loyalitas dan kepercayaan publik terhadap media, sehingga menumbuhkan rasa saling memiliki radio ini, karena media menjadi jendela informasi dan komunikasi warga kota Surabaya dan sekitarnya.

Segala persoalan yang dihadapi para pendengar seolah-olah menemukan jawaban atau solusi ketika disampaikan dan disiarkan SS. Pengalaman yang dirasakan Agustinus Mulyadi Kwanto<sup>13</sup> sebagai pendengar yang sering *on-air* merefleksikan sebagian kecil dari ribuan pendengar SS. Berikut petikannya :

---

<sup>13</sup> Wawancara dengan Agustinus Mulyadi Kwanto, 17 Januari 2013

*“Sejak tahun 1998 saya mencoba ikutan ‘on air’. Awalnya mengomentari masalah kejahatan dan penjarahan segala macam. Karena prihatin pada masalah kriminal waktu itu, banyak pencurian mobil terjadi. Salah satunya kaca film terlalu gelap, sehingga orang luar tidak bisa melihat apa yang terjadi di dalam mobil. Disamping itu, karena saya sering dijalan jadi bisa langsung kontak ke SS bila ada sesuatu yang ingin saya sampaikan yang barangkali bermanfaat buat pendengar lain. SS sangat membantu masyarakat. Memberi masukan dan pencerahan orang yang tidak mengerti. Itu yang penting. Jadi pendengar jangan cuma bisanya mengritik saja atas ketidakberesan apapun, tetapi tidak tahu atau tidak mau bersedia memberi masukan sebagai jalan keluar. Jadi kalau ada pendengar lain yang kurang mengerti, salah satu masalahnya dia tidak menerima informasi dengan benar, jadi itu harusnya diberi masukan”.*

SS menjadi bukan sekedar radio siaran biasa, atau radio yang hanya memutar lagu dan hiburan. Fungsi-fungsi yang dijalankan mengacu pada *public service broadcasting* (penyiaran pelayanan publik) dimana menjadi tanggungjawab semua penyiaran, baik itu dimiliki secara publik atau secara swasta. Kata publik, umumnya dilekatkan dalam konteks “warga negara (*citizen*) dengan hak-

haknya". Secara khusus, kata publik bisa diartikan sebagai pendengar dan partisipan yang aktif.

Sejauh ini SS mampu menjadi satu wahana media massa untuk kontrol sosial warga Kota Surabaya maupun pejabat. Tuntutan pendengar seringkali berharap lebih terhadap pemerintah yang melayani warga masyarakat. Pejabat pemerintah yang dikritik pendengar 'di udara' tidak hanya mendengarkan dan menjawab, pendengar berharap mereka bisa langsung merespon dengan tindakan kebijakan yang cepat dan tuntas.

Beberapa contoh kritikan pendengar antara lain mengenai parkir terhadap Pemerintah Kota Surabaya dimana setiap kali perpanjangan STNK di SAMSAT membayar pajak sekaligus mendapat stiker parkir gratis, tetapi realitanya di lapangan masih ditarik retribusi parkir. Laporan pendengar yang berkali-kali mengenai jalan rusak dan berlobang tidak segera direspon Dinas Pekerjaan Umum untuk memperbaikinya. Keluhan pendengar terhadap *traffic light* bermasalah penyebab kemacetan dan kesemrawutan jalan tidak segera direspon Dinas Perhubungan untuk mengecek dan memperbaiki *traffic light* tersebut. Sementara instansi yang cepat tanggap merespon laporan atau keluhan pendengar adalah kepolisian, misalnya ketika terjadi kasus kriminalitas atau persoalan lalu lintas polisi langsung bergerak cepat menindaklanjuti.

Pendengar membutuhkan setiap persoalan diselesaikan dengan tuntas. Solusi bisa datang siapa saja, dari pihak terkait yang kompeten atau pendengar yang mempunyai kompetensi. Pendengar juga menilai SS itu mempunyai wibawa pada warga masyarakat dan pejabat pemerintah. Misalnya saja, kemampuan SS menembus narasumber-narasumber di kalangan elit nasional, seperti menteri. Pejabat yang di telepon SS selalu menjawab dengan sangat hati-hati ketika dikonfirmasi permasalahan di daerah, jawaban terdengar sangat diatur, dan menghindari salah ucap. Mengingat radio mempunyai karakter langsung, spontan, dan apa adanya sulit untuk mengedit kembali. Seperti komentar salah satu pendengar aktif SS, Hendro Prasetyo<sup>14</sup> ketika terjadi kisruh Ujian Nasional 2012, berikut ini komentarnya:

*“Karena saya banyak di jalan dan lapangan jadi sangat membutuhkan informasi baik lokal Surabaya maupun nasional saya selalu ikuti. Supaya tidak ketinggalan informasi terbaru. Dan saya suka laporan reportase mendalam SS. Sampai menteri pun bisa langsung memberikan klarifikasi-klarifikasi ‘on-air’ dalam menanggapi keluhan pendengar ketika kisruh Unas lalu. Menteri Pendidikan langsung menanggapi pendengar tentang kisruh Unas 2012, jadi saya selaku pendengar bisa merasakan kejelasan atas simpang siurnya informasi yang belum tentu betul”.*

---

<sup>14</sup> Wawancara dengan Hendro Prasetyo, 2 Mei 2012

Dalam suasana keterbukaan seperti sekarang ini, pendengar merasa bebas menyuarakan pendapat melalui media massa yang mungkin tidak ditemukannya di masa lalu. Bahkan menurut Gubernur Jatim Soekarwo<sup>15</sup>, konsep jurnalistik warga yang selama ini dikembangkan SS telah menginspirasi warga Kota Surabaya untuk tidak takut lagi menyuarakan aspirasi. Menurut Soekarwo sungguh luar biasa, SS mencerdaskan masyarakat dan memberikan basis moral dan spiritual yang bagus, cerdas yang tetap bermoral.

Suara pendengar di SS selalu mendapat perhatian siapa pun termasuk pejabat, dan itu membuat masyarakat menjadi lebih senang. Bagi pendengar, SS menjadi panutan atau referensi utama dari hal-hal yang ingin diketahui mereka. Sementara bila mereka menulis untuk kolom surat pembaca di koran itu lama, belum tentu tulisannya diterima, dan sulit untuk langsung dimuat. Di samping itu, surat pembaca di koran sering lama mendapat respon pihak-pihak yang dikeluhkan, atau justru tidak dibaca oleh yang berkompeten.

Sebelum ada era kebebasan pers, jika terjadi kasus kehilangan atau kriminalitas sudah pasti yang pertama mengetahui adalah polisi. Tetapi bagi warga Kota Surabaya, warga bisa langsung

---

<sup>15</sup>Soekarwo: *Saya Bangga Berteman dengan Suara Surabaya*. Melalui <http://www.suarasurabaya.net/fokus/32/2013/120343-Soekarwo--:Saya-Bangga-Berteman-dengan-Suara-Surabaya> [11 Juni 2013]

mengetahui ada orang yang kehilangan motor atau mobil justru kerap dari Radio SS. Pendengar seketika juga bisa mengetahui ada pelanggaran lalu lintas, ada truk mogok di tengah jalan, ada demo yang melintas sehingga memacetkan. Pendengar juga bisa memberi komentar, ataupun keluhan layanan publik di Surabaya yang tidak responsif.

Hal lain adalah pendengar memanfaatkan SS sebagai sumber informasi dan saluran informasi, salah satunya untuk membantu profesi bidang pekerjaan, yang menuntut pelayanan publik maksimal sesuai harapan masyarakat Surabaya. Salah satu pendengar SS, Kolonel Penerbang TNI AL (Purn) Trikora Harjo<sup>16</sup> yang pernah menjadi Komandan Pangkalan Udara TNI AL (Dan Lanudal Bandara Juanda Surabaya), merangkap sebagai Kepala Kantor SAR Surabaya tahun 2007 mengatakan tentang SS:

*“Saya berinteraksi dengan SS sejak 2007 sebagai Komandan Lanudal Bandara Juanda karena kami membutuhkan informasi berkaitan dengan keamanan. Karena Lanudal mendapat tugas melaksanakan pengamanan Bandara Internasional Juanda. Sementara dari SS kan sering memberi masukan ada masalah keamanan dan kenyamanan penumpang di Bandara Juanda. Saya membutuhkan bantuan SS, karena kami menganggap sebagai kepala Kantor SAR tidak punya sarana lain. Salah satunya untuk mensosialisasikan kemampuan kami sebagai*

---

<sup>16</sup>Wawancara dengan Trikora Harjo, 26 Maret 2012

*Kepala Kantor SAR, dan sebagai Komandan Lanudal Juanda yang bertanggungjawab pengamanan Bandara. Jadi kami perlu 'share' kepada masyarakat. 'Share' dalam arti murah dan di radio yang tepat bisa menjangkau masyarakat, kami tidak perlu aneh-aneh.*

*SS memberikan peluang kepada kami, jadi mungkin kerjasama mutualisme. Di satu sisi kami membutuhkan informasi, di sisi lain SS juga akan memanfaatkan apa yang ada di SAR dan Lanudal. Kami "memanfaatkan" SS sebagai sarana menginformasikan kejadian ke penduduk Wilayah Jatim dalam 'coverage' tugas-tugas saya. Masyarakat Jatim memanfaatkan SS untuk menyampaikan informasi ke SAR dan kami menindaklanjuti informasi dari SS.*

*Karena dengan telepon yang saya siapkan di Kantor SAR waktu itu sangat terbatas. Tidak semua orang tahu kami dimana, tapi SS kan hampir menjangkau seluruh Jatim sehingga mudah mengetahui kalau ada informasi atau kejadian apa pun".*

*Selama saya tugas di Pontianak, saya selalu tune in ke SS, bahkan saya rela hati untuk memberikan informasi ke SS dari Pontianak. Waktu itu saya memang berkepentingan, termasuk sekarang di Angkasa Pura I Junada saya sangat berkepentingan dengan SS.*

Setelah pensiun dini dari TNI AL, Trikora Harjo<sup>17</sup> dipercaya menjadi General Manager (GM) PT. Angkasa Pura I, Bandara Internasional Juanda Surabaya di Sidoarjo sejak 2009 lalu. Ia masih terus melakukan kontak dengan SS dalam menunjang pekerjaan yang lebih menuntut pada pelayanan publik maksimal. Berikut penuturan selanjutnya :

*“Sebagai GM Angkasa Pura 1 Juanda, kami selaku pelayan publik membutuhkan informasi dari SS. Seperti komplain-komplain tentang pelayanan kami di SS. Masukan-masukan tentang apa saja untuk pelayanan kami di Bandara Juanda. Pendengar komplain bandara kotor seperti terminal bus, banyak taksi gelap, banyak calo, kurang tertib, keamanan parkir kendaraan kurang aman, nyaman pengguna, dsb semua masuk SS. Jadi saya mengakui SS ini paling efektif untuk menjangar atau memberi masukan ke masyarakat”.*

Pengakuan lain dari salah seorang pendengar SS yang berprofesi sebagai *Public Relations* PT Telkom Divre V Jatim, Ivone Andayani<sup>18</sup> sebagai berikut:

*“Di era konvergensi yang sudah diadopsi oleh SS itu, menciptakan banyak banyak kemudahan bagi pendengarnya.*

---

<sup>17</sup> Wawancara dengan Trikora Harjo, 26 Maret 2012

<sup>18</sup> Wawancara dengan Ivone Andayani, 27 April 2012.

*SS sudah 'on the right track' mengubah 'broadcasting' melibatkan partisipasi warga.*

*Manfaat utama kerjasama informasi PR dengan SS adalah 'networking'. Perusahaan itu adalah laboratorium terbesar kita untuk mendapatkan banyak teman. Yang sering disampaikan di SS adalah produk dan layanan baru itu dalam bentuk iklan.*

*Kami juga sampaikan apa yang membuat publik itu akhirnya menjadi tidak nyaman dengan layanan Telkom. Misalnya telepon terpaksa harus mati sementara, karena ada kabel putus. Kami menyampaikan permohonan maaf di SS, dan akan kami informasi ke pelanggan bisa hidup di jam berapa.*

Teknologi komunikasi dan informasi (*information and communication technology / ICT*) selama dekade terakhir telah membawa tren baru pada dunia industri media massa, yakni menggabungkan teknologi internet dan teknologi komunikasi massa konvensional. Sehingga perkembangan industri media menjadi semakin menyatu, dan memberi peluang menciptakan alternatif dalam melayani dan memanjakan publik atau penggunanya.

Tentu ada konsekuensi, ketika radio berubah menjadi multimedia, ilmu visual dan teknologinya harus dipahami oleh praktisi yang ada didalamnya dengan cepat. Seringkali ini menjadi persoalan bagi pelaku-pelaku di industri radio. Menurut Errol

Jonathans<sup>19</sup>, “Ini yang nggak mudah. Butuh etos wawasan dan skill. Tidak hanya mahir siaran tapi juga visual. Harus mengerti teknologi”. Jadi literasi teknologi bukan hanya keharusan bagi pendengar atau pengakses saja, tetapi juga para pelaku media.

## 5.2. Pembahasan

### 5.2.1. SS Menjadi Lembaga Konfirmasi Informasi

SS mendobrak paradigma awam radio yang berkuat dengan siaran musik dan *talk*. SS menguak kinerja instansi dan mengajak masyarakat berpikir kritis. Suatu sistem dan pola yang tidak lazim dalam membangunnya. SS mampu berperan menjadi *lembaga konfirmasi informasi*, tempat dimana masyarakat mencari dan menegaskan kepastian-kepastian dari keraguan-raguan atau ketidakpastian. Misalnya, publik pendengar sering menanyakan ke SS tentang situasi jalan yang akan dilewati, atau situasi layanan publik di kantor-kantor pemerintah.

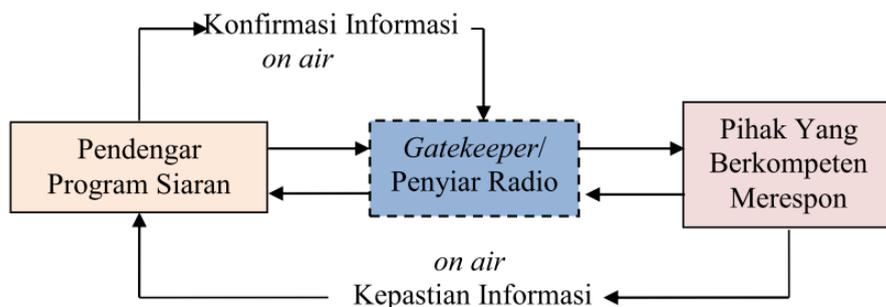
Ketidakpercayaan publik (*public distrust*) atas berbagai layanan itu mendorong warga masyarakat langsung menanyakan simpang-siurnya informasi atau kebijakan pemerintah ke SS. Persoalan-persoalan warga kota sehari-hari menjadi menu yang mengudara. Misalnya, kasus sepele soal parkir menyebabkan macet. Karena begitu cerdasnya pendengar, masalah parkir berkembang menyoroiti soal kebijakan Pemkot dalam penataan

---

<sup>19</sup> Wawancara dengan Errol Jonathans, 20 Agustus 2012

perparkiran. Ada dialog langsung pendengar yang dimediasi penyiar dengan staf Pemkot. Kasus lain warga protes saluran *got* yang mampet di sebuah jalan, sudah berhari-hari menyebabkan banjir, sudah dilaporkan ke dinas pekerjaan umum namun belum mendapat respon perbaikan, sampai akhirnya mengudara ke SS.

Hal tersebut senada dengan pendapat McQuail (2011:92) yang mengatakan bahwa media sebagai *petunjuk*, *pemandu*, atau *penerjemah* menunjukkan arah dan memberikan makna apa yang membingungkan atau tidak utuh. Atas dasar penjelasan tersebut, maka penggambaran sederhana model komunikasinya adalah sebagai berikut:



**Gambar 3.**

**Model Komunikasi Konfirmasi Informasi**

Sumber: hasil olahan penulis

Tindakan sosial pendengar sering kali sebagai bentuk rasa prihatin, geram, kesal, menyakitkan hati atas realitas kehidupan yang tidak adil sehingga menyadarkan publik sebagai pendengar

untuk aktif bersuara. Hal ini telah menjadi 'gerakan' melibatkan berbagai latarbelakang masyarakat untuk menyikapi persoalan kehidupan warga. Sementara media memediasi agar terjadi titik temu, dan solusi yang bermanfaat. Di sisi lain, SS mengajak pemerintah, aparat negara, politikus, dunia usaha, profesional, sampai masyarakat biasa agar tidak sekedar melaporkan dan menyampaikan informasi tetapi membentuk perilaku positif, seperti perilaku santun, beretika dan tertib dalam berlalu-lintas.

Membiarkan pendengar berbicara langsung *on air* telah membuat sikap optimis masyarakat. Masyarakat tergugah, terbangun dan kemudian tampil berbicara. Sementara para narasumber program siaran yang terdiri dari para intelektual, dimanfaatkan oleh pihak media sebagai pencerah, serta sebagai subjek yang independen dari elit birokrasi dan instansi pemerintah. Sehingga dalam pandangan konstruktivis, media memberi peluang untuk kehidupan yang lebih baik dan peluang untuk belajar sepanjang hayat dalam masyarakat yang terus berubah.

Komunikasi media tidak hanya dipahami sebagai pengalihan informasi seperti dalam perspektif linier. Tetapi bagaimana kelompok-kelompok interpretif yang mewakili berbagai minat atau kepentingan memberi sumbangan pada perkembangan media komunikasi. Proposisi teoritis yang bisa diperoleh dari penjelasan ini adalah publik yang partisipatoris dan media yang dialogis

interaktif mampu membangun masyarakat yang lebih peduli. Keterlibatan pendengar dalam program siaran interaktif dialogis merupakan tindakan konfirmasi informasi dalam usaha mendapatkan kepastian informasi, mengurangi kecemasan informasi.

Namun, yang tetap harus diwaspadai adalah bagaimana pun para pendengar bukan lah jurnalis, yang sudah terlatih. Bila laporan informasi pendengar itu salah dalam memberikan data (bukan dengan kesengajaan), dan kemudian tidak didalami oleh penyiar atau *gatekeeper*, maka kesalahan itu akan menjadi kebenaran bagi orang lain yang mendengarkan. Seperti McQuail (2011:92) katakan bahwa media cermin peristiwa di masyarakat seharusnya melibatkan cerminan akurat (walaupun dengan kemungkinan gambaran yang terdistorsi) walaupun sudut pandang dan arah cermin ditentukan oleh orang lain, dan kita tidak bebas melihat apa yang diinginkan.

Semua penjelasan perkembangan tersebut ingin menunjukkan bahwa radio tidak ada *out of date*-nya, baik itu jaman teknologi, maupun dalam perkembangan masyarakatnya. Tanpa profesionalisme, media pers tidak akan memperoleh kepercayaan masyarakatnya. Di sisi lain, publik pendengar juga harus berupaya meningkatkan pemahaman tentang edukasi bermedia agar melekat media (*media literacy*), sehingga mereka tidak hanya menjadi objek pasif media, melainkan memiliki kesadaran peran sebagai

*stakeholders* aktif yang berhak terlibat dalam proses produksi dan distribusi informasi. Tidak berlebihan jika apa yang sudah dipraktikkan, SS menjadi semacam mata dan telinganya masyarakat Surabaya.

### **5.2.2. Topik Selalu Berpindah Dari Satu Informasi Ke Informasi Lain**

Radio SS dalam perjalanan penyiarannya, untuk isi informasi atau topik-topik programnya bukan lagi menerapkan *agenda setting*, tetapi mengudarakan *agenda setting* publik. Partisipan siaran menjadi aktor-aktor penting dan menentukan dalam media interaktif. SS bertindak sebagai menjadi medium yang mengantarai pikiran-pikiran, baik individu, kelompok masyarakat atau kepentingan masyarakat terhadap lembaga-lembaga lain. Kepentingan-kepentingan tersebut dimediasi SS untuk didistribusikan, sekaligus untuk mendapat respon. Pendengar berhak bersuara di ruang publik, dan SS menjadi tumpuan harapan penjaga ruang publik.

Semakin banyak program acara interaktif dalam media penyiaran menunjukkan masyarakat yang semakin terbuka. Artinya media mampu berperan dalam mengartikulasikan kebutuhan informasi dan aspirasi *local voice* sesuai perspektif teori *Media Demokratik Partisipan*. Masalah yang dibahas lebih beragam, menyangkut isu lokal dan nasional yang hangat

diperbincangkan. Warga masyarakat yang berkontribusi memberikan informasi dan pemikiran menjadi semakin berani dalam bersuara menyampaikan opininya secara terbuka. Media memberi ruang ekspresi dan mendorong penguatan informasi oleh warga dan untuk warga.

Siaran interaktif yang mengedepankan partisipasi publik merupakan salah satu bentuk komunikasi horisontal, yang mampu menjadiimbangan sangat baik terhadap program-program komersial. Di samping itu, format interaktif mampu menciptakan loyalitas terhadap *station*. Sementara loyalitas pendengar menjadi jaminan pengiklan dalam memasang iklan, yang ini menjadi sumber pendapatan utama radio swasta komersial. Dipertegas oleh Wibowo (2012:55), radio siaran swasta meskipun berada di bawah kuasa modal, namun memungkinkan tetap berposisi sebagai institusi masyarakat.

SS akan terus didengarkan publiknya jika program siarannya mampu menjadi bagian dalam memberi solusi untuk mengatasi masalah. Program siaran yang memberi manfaat dan menginspirasi banyak orang disekitar mereka. Menyuarakan nilai peduli dan peka terhadap perilaku warga Kota Surabaya dan sekitarnya. Memegang komitmen melayani publik pendengarnya dalam memperoleh kepastian informasi.

**BAB VI**  
**RADIO SS MEMBANGUN**  
**KESADARAN**  
**PARTISIPASI PUBLIK**  
**TERHADAP KEGIATAN-**  
**KEGIATAN YANG**  
**MENYANGKUT**  
**KEPENTINGAN PUBLIK**

# **BAB VI**

## **RADIO SS MEMBANGUN KESADARAN PARTISIPASI PUBLIK TERHADAP KEGIATAN- KEGIATAN YANG MENYANGKUT KEPENTINGAN PUBLIK**

### **6.1. Hasil Penelitian**

#### **6.1.1. SS Melihat Potensi Pendengar**

Hal yang menarik dari perjalanan SS sejak tahun 1994 menjadi radio swasta komersial interaktif adalah ternyata secara spesifik pendiri SS tidak mempunyai konsep bagaimana radio bisa menciptakan partisipasi publik untuk kepentingan publik, yang ada dan kemudian disadari adalah dalam perjalanan SS, Errol Jonathans hanya melihat bahwa potensi para pendengar ternyata mempunyai kepedulian yang sangat tinggi terhadap sesama warga Surabaya. Para pendengar SS juga ternyata berani dan cerdas untuk memberikan gagasan-gagasan mereka. Bahkan beberapa pendengar diantaranya melakukan *keterlibatan* dalam tindakan-tindakan konkret, ikut menggagalkan tindakan pencurian mobil.

Jadi dari perspektif SS hanya melihat potensi para pendengar yang menjadi sumber paling unik dan aktual, karena mereka ada dimana-mana. Sehingga kemudian SS berpikir untuk menjadikan para pendengarnya sebagai bagian dari proses penyiaran SS. Rupanya situasi ini mendapat angin segar yang menyejukan suasana penyiaran di Indonesia, ketika regulasi membolehkan radio swasta tidak harus *me-relay* RRI. SS dan radio swasta lain seolah mendapat kebebasan untuk menyiarkan informasi. ‘Kavling-kavling’ yang dulu diisi *relay* berita RRI menjadi kosong, yaitu pukul 06.00, 07.00, dan 20.00. Dari sini lah kemudian muncul ide SS membuat informasi dan *news* yang diciptakan dan diproduksi sendiri, dan disiarkan pada jam-jam tersebut.

SS tidak melakukan *relay* berita dari radio lain. *Me-relay* dipandang sebagai bukan kebanggaan bagi SS, karena artinya SS menyiarkan karya orang lain. Hal ini diakui oleh Errol Jonathans<sup>20</sup> bahwa, “*saya menganggap kalau SS me-relay, radio SS belum melakukan apa-apa, kan itu cuma ketitipan pakatnya dari orang lain, SS cuma meneruskan saja*,”. Sehingga kemandirian dalam hal jurnalistik sangat perlu, dan SS memiliki kompetensi untuk memproduksi berita sendiri sesuai dengan segmentasi pendengarnya.

Ironisnya SS justru tidak mempunyai gambaran secara spesifik tentang konsep interaktif itu sendiri. SS menerapkan konsep

---

<sup>20</sup> Wawancara dengan Errol Jonathans, 20 Maret 2012

interaktif itu bukan dari *grand design* sejak awal mengudara di tahun 1983, tetapi interaktif sifatnya spontan atas banyaknya laporan pendengar pada waktu musibah Surabaya banjir di tahun 1994. Sedemikian intensifnya frekuensi interaktifnya seolah-olah dengan sering mendengar SS saja, publik sudah bisa mengetahui situasi dan kondisi sebagian besar kota Surabaya di setiap waktu. Apa yang terjadi di suatu kawasan di Surabaya dengan segera diketahui oleh seluruh pendengar SS, karena seringkali langsung dilaporkan oleh warga yang menyaksikan kejadian itu dengan sukarela.

Errol Jonathans selaku orang yang ikut mendirikan dan membesarkan SS juga tidak pernah bisa membayangkan interaktif akan menjadi seperti sekarang. Misalnya, beberapa pendengar melakukan tindakan-tindakan konkret dalam kasus pencurian mobil, sampai bisa mengejar dan menggagalkan pencurian mobil hanya melalui sarana telepon. Pendengar yang sedang mengalami musibah, setelah melaporkan ke Polisi, akan melaporkan ke SS. Laporan informasi korban diterima dan diverifikasi *gatekeeper*, kemudian korban langsung 'mengudara' menyebutkan ciri-ciri kendaraan dimana dan jam berapa hilang. Pendengar yang kebetulan *tune-in* dan melintas di TKP ikut memonitor, kemudian berinteraksi dengan penyiar dan *gatekeeper*.

### 6.1.2. SS Menjadi Mediator Publik

SS memperlakukan pendengarnya sebagai warga atau komunitas radionya yang sangat berharga, sementara pendengar merasakan bahwa mereka merasa dihargai ketika memberi pendapat atau suaranya. Simbiosis saling memiliki ini, menjadikan SS bukan sekedar radio lagi tetapi sudah menjadi *jaringan sosial* bagi warga. Ragam pendapat warga Surabaya dan sekitarnya berharap SS mampu menunjukkan perannya yang lebih kuat dengan mengkonsolidasikan dirinya menjadi radio yang mengantarkan kepentingan publik dan persoalan Pemerintah Daerah. Informasi yang disampaikan lebih pada isu lokal. Seperti diungkapkan dalam tuturan Ivone Andayani<sup>21</sup> sebagai pendengar setia SS berikut:

*“Mediator itu sebenarnya menciptakan media penghubung untuk orang bisa duduk bareng dalam menyelesaikan sesuatu. Nah peran SS seperti itu, jadi ketika misalnya ada kebuntuan menyalurkan aspirasi. Karena SS itu dekat dengan bu Tri Risma (Walikota Surabaya), pemerintah, dan siapa pun maka ide-ide dari pendengar bisa disampaikan ke SS. Dan SS menindaklanjuti dengan menghubungi orang-orang yang kompeten menjawab setiap persoalan (bisa birokrasi pemerintah, pejabat, dsb) untuk duduk bareng ‘talk show’ menyampaikan informasi dan klarifikasi-klarifikasi informasi yang kurang betul ke warga*

---

<sup>21</sup> Wawancara dengan Ivone Andayani, 27 April 2012

*masyarakat. Warga masyarakat bisa ikut merespon interaktif via handphone dalam perbincangan tadi”.*

Sebagai media penghubung bagi banyak kepentingan, SS tentu sering diperhadapkan pada unsur netralitas, namun semua itu orang luar yang menilai dan merasakan. Prinsipnya, media tetap menjaga dan mengedepankan netralitas dalam setiap interaktif dengan pihak-pihak terkait. Sekalipun tidak mudah bagi media bersikap netral, tetapi prinsip netralitas tetap harus dilakukan bila media berfungsi sebagai mediator.

### **6.1.3. Mengkampanyekan Gerakan Perubahan**

Mengawali tahun 2009 lalu, SS selama bulan Januari mengusung tema anti korupsi dalam setiap paket program *on-air*-nya. Isi siarannya mengajak masyarakat untuk berani menolak korupsi. Berawal dari keprihatinan dan kekecewaan pada pernyataan para pendengarnya yang mengatakan bahwa “*korupsi menjadi budaya*”. Sebagian kalangan menyatakan saat ini korupsi telah mengakar dari level atas hingga paling bawah. Mulai dari pungutan liar sampai penyuapan berkedok sumbangan.

Realita itulah yang mendorong SS meluncurkan gerakan tolak korupsi<sup>22</sup>. SS mengawali sebuah gerakan untuk melakukan

---

<sup>22</sup> Mengusung tema “*Satu Hati Bersih Korupsi*”, gerakan ini diwujudkan dalam aksi membagi stiker dan bendera di beberapa titik strategis di Surabaya, dari 15-17 Januari 2009 lalu. Stiker dan bendera tersebut dipasang di kendaraan.

perubahan pada sikap-sikap dan perilaku dalam hal-hal yang berkaitan dengan korupsi. Fokusnya ke pungutan liar dan penyuapan. “*Kita ingin bikin gerakan masyarakat bukan kampanye, sehingga masyarakat berani menghadapi pungutan liar, berani tidak melakukan suap dengan semua resikonya*”. Jelas Yoyong Burhanudin Manajer Siaran SS<sup>23</sup>.

Beragam pendapat dari pendengar muncul, seperti hukum harus ditegakkan dimana pun kepada siapa pun yang korupsi. Pejabat melakukan kontrak politik untuk tidak korupsi. Pelaksanaan program pemerintah provinsi, kota dan kabupaten ada transparansi anggaran kepada masyarakat. Seperti dalam penyaluran dana pendidikan Bantuan Operasional Sekolah (BOS), dimana tidak sedikit kepala sekolah di Surabaya dan sekitarnya masih memungut sumbangan dari para orang tua murid dengan dalih kepentingan sekolah dan tidak ada transparansi penggunaan pungutan.

Hal ini diakui oleh Dr. Harun, MM<sup>24</sup> selaku Kepala Dinas Pendidikan Provinsi Jatim dalam menanggapi isu seputar BOS. Misalnya dengan langsung *on air* di SS untuk memberikan

---

Beberapa spanduk ‘Satu Hati Bersih Korupsi’ juga dipasang di 5 titik di Surabaya, dari 13-17 Januari 2009. Diantaranya di perempatan HR Muhammad, depan kantor pos Kebon Rojo dan pertigaan Margorejo. Dengan memasang stiker dan bendera di kendaraan nantinya akan ada sebuah kesepakatan dan kesatuan hati antar masyarakat menolak korupsi. Hal ini dilakukan untuk membuktikan bahwa masyarakat kita bukan berbudaya korupsi. Sumber: Suarasureabaya.net.

<sup>23</sup> Wawancara dengan Yoyong Burhanudin, 1 Maret 2012.

<sup>24</sup> Wawancara dengan Dr. Harun, M.M, 20 Maret 2012

klarifikasi-klarifikasi. Mekanisme penyaluran dana BOS langsung ke nomor rekening sekolah. Dengan rincian Rp 540.000,- per siswa SD tahun 2011 dan Rp 710.000,- per siswa SMP tahun 2012 termasuk sekolah swasta. Dana BOS tidak dipergunakan untuk renovasi fisik gedung sekolah, karena untuk renovasi anggarannya sudah dialokasikan di luar dana BOS. Intinya adalah masyarakat berhak mengakses, mengetahui alokasi dan keterpakaian anggaran secara jelas dan transparan dari sekolah. Supaya dana BOS yang sangat membantu kinerja pendidikan dan membantu orang tua agar sekolah bisa bebas dari pungutan-pungutan.

Peran SS seperti diakui oleh Dr. Harun, M.M selaku Kepala Dinas Pendidikan Provinsi Jatim ikut membantu menyosialisasikan kebijakan Diknas dengan menginformasikan ke warga masyarakat dan menerima masukan-masukan seputar persoalan pendidikan di Surabaya dan sekitarnya yang bisa dikonfirmasi langsung kepada Dinas Pendidikan Jatim. Beberapa kali Dr. Harun, M.M langsung *on air* interaktif menanggapi isu-isu pendidikan dari para pendengar SS.

Apabila ada yang berbicara *kebablasan*, maka hal itu menjadi fungsi *gatekeeper* dan penyiar yang harus mengendalikan, karena mereka lah *operator* siaran. *Gatekeeper* perlu untuk mengingatkan dan mengarahkan, sementara penyiar perlu untuk mengendalikan pendengar-pendengar yang kelewat batas. Sampai saat ini pun, kalau dibiarkan masih terdapat pendengar yang *kelewatan* dalam

'bersuara'. Tetapi secara alamiah, mereka belajar tentang bagaimana cara berbicara yang efektif dan beretika. Berikut penuturan Errol Jonathans tentang kisah SS pernah kecolongan:

*"di awal-awal SS banyak kebobolan info-infonya itu. Saya masih ingat kali pertama SS siaran interaktif sudah kebobolan, karena ada pendengar yang memaki-maki gubernur waktu itu. Dan memang interaktif itu sebetulnya saya colong, artinya tidak minta ijin dulu ke Mas Toyo (pemilik). Langsung saya terapkan di siaran dan besoknya saya dipanggil Mas Toyo. Dan saya paham apa yang dikuatirkan Mas Toyo, karena dia penanggungjawabnya SS. Kemudian saya jelaskan bagaimana mekanisme untuk pengamanan dan sebagainya. Tapi karena sudah kadung 'on air' ya Mas Toyo cuma pesan berhati-hati jangan sampai radionya bermasalah".*

Dari sisi narasumber, mereka pun sudah memahami manfaat interaktif yang diusung SS. Respon mereka semakin lama semakin baik, meski sulit pada awalnya. Tetapi, mereka semakin terlatih dan memahami fungsi-fungsi mereka dalam konsep pelayanan publik. Mereka memanfaatkan SS untuk ikut memantapkan citra, memperbaiki citra atau memberikan gambaran yang sesungguhnya yang mungkin tidak diketahui banyak pihak.

## 6.2. Pembahasan

### 6.2.1. SS Memberdayakan Potensi Pendengar

SS keberadaannya telah menjadi 'milik publik' yang setiap hari siarannya selalu 'mendominasi' wilayah udara Surabaya dan sekitarnya – tidak bermaksud mengesampingkan radio lain, tetapi suatu kenyataan - SS telah demikian menyatu dalam dinamika warga masyarakat setiap hari, sehingga para pendengarnya sering mengatakan SS menjadi mata dan telinga warga Surabaya dan sekitarnya. SS menjadi saluran aspirasi, pemandu di jalan agar selamat sampai tujuan, dan memberi informasi solutif yang bermanfaat serta menambah pengetahuan.

Sebagai manusia normal sewajarnya mempunyai perasaan, hasrat, naluri dan keingintahuan yang besar mengenai dirinya sendiri, orang lain dan masyarakat disekelilingnya. Dalam lalu-lintas komunikasi media, bila proses ini mampu melayani aktifitas secara timbal balik dengan mengeksplorasi akan rasa keingintahuan dan keinginan memberitahukan kepada orang lain, maka akhirnya muncul sebuah aktifitas jurnalistik.

Dalam tataran ini sesuai dengan apa yang dikatakan Grossberg, Wartella & Whitney (1998:7) dalam terminologi *mediamaking*. Dimana media yang sudah begitu menyatu dalam setiap aspek realitas kehidupan, akhirnya media menjadi sebuah bagian yang menginspirasi kehidupan manusia. Manusia mempunyai *sense of public communication*, manusia itu senantiasa

tenggelam dalam arus lalu lintas peristiwa dan informasi. Manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat dipisahkan dari berita setiap hari, yang merupakan informasi baru bagi penerimanya.

Ketersediaan informasi yang memadai merupakan landasan bagi partisipasi publik dalam demokrasi. Hak publik terhadap informasi yang baik dan benar menjadi kewajiban bagi media memberikannya. Media diberikan kebebasan dalam menyiarkan berbagai hal yang mencerminkan berbagai kepentingan publik. Di samping itu, mengekang media dalam menyiarkan kepentingan publik berarti tidak berpihak pada kepentingan publik.

Kebebasan media yang berpihak pada masyarakat memberi peluang warga masyarakat berani berbicara terus terang, mengungkap ketidakberesan, memberi masukan dengan mengkritisi kebijakan pemerintah yang dipandang tidak populis melalui media. Program Radio Kelana Kota yang salah satunya berupa program *inspirasi solutif* ikut menginspirasi pendengar menjadi cerdas. Membahas persoalan-persoalan kebijakan pemerintah, manajemen, bisnis, komunikasi, advokasi, dan sebagainya. Narasumber di studio, penyiar dan pendengar saling beradu argumentasi terbaik secara interaktif dengan saling memberi solusi-solusi yang menginspirasi.

Publik pendengar menjadi aktor, sumber informasi, sekaligus pendengar. Publik juga harus memahami prinsip-prinsip jurnalistik sesuai standar yang diterapkan SS. Seperti informasi

masalah harus ada solusi yang diberikan pendengar, agar bermanfaat bagi pendengar lain. Kemampuan dalam penguasaan prinsip-prinsip jurnalistik akan membuka kemungkinan dialog menjadi bermutu dan kreatif. Medium radio interaktif menjadi sarana mengembangkan demokrasi yang baik bagi masyarakat yang memiliki komitmen dan keberpihakan pada masyarakat.

Pemerintah tidak bisa lagi mengekang masyarakat untuk mengakses informasi seperti yang dilakukan rezim Orde Baru selama 32 tahun. Masyarakat urban perkotaan memasuki era informasi, dimana informasi menjadi kebutuhan konkrit publik yang harus dipenuhi, khususnya oleh media massa. Kontribusi media membangun demokrasi di tingkat lokal, dan secara simultan pada waktu bersamaan juga membangun *civil society* yang kuat dalam rangka keseimbangan dan keadilan sosial.

Oleh karena itu, media tidak hanya sekedar memberikan hiburan, tetapi dituntut mampu memberikan pendidikan demokrasi warga masyarakat. Agar masyarakat berani bicara jujur, terus terang dan terbuka, sehingga tercipta atmosfer yang kondusif bagi kehidupan yang sehat dan demokratis. Prinsip filosofi *diversity of voices* yang didalamnya mengandung aspek pengawasan dan aspirasi oleh publik berimplikasi pada partisipasi struktural. Pejabat pemerintah juga wajib mendengarkan suara warga, memberikan informasi dan melayani warga masyarakat

sebagai bagian dari proses penguatan dan validasi dalam soal pengambilan keputusan kebijakan.

Sebagai salah satu saluran aspirasi warga masyarakat media dipercaya mempunyai kekuatan dalam menghimpun opini publik. Di samping itu, media bisa menjadi mediator dalam proses memberdayakan (*empowering*) masyarakat, bukan memperdayakan (*disempowering*). Memberdayakan berarti menjadikan orang atau lembaga memiliki kekuatan. Semacam proses penyusunan kekuatan sehingga manusia itu mampu mengontrol kehidupan dirinya sendiri, termasuk mengedukasi agar seseorang mempunyai kekuatan untuk menentukan identitas diri dan segala keinginannya.

Dengan memberdayakan publik pendengar, maka posisi publik pendengar ditarik kembali untuk berada di tengah-tengah proses komunikasi massa. Publik pendengar bukan sekedar figuran belaka dari proses yang peran utamanya dipegang komunikator (penyiar dan narasumber), pesan dan media. Publik diajak untuk kritis menanggapi apa yang ada dibalik pesan yang disampaikan komunikator melalui media.

Publik pendengar tidak lagi menjadi menjadi partisipan pasif, melainkan menjadi partisipan aktif dalam proses komunikasi yang berlangsung dalam konteks sosialnya. Sehingga menjadi publik pendengar yang berdaya akan terbuka kemungkinan untuk menafsirkan pesan komunikasi secara kritis, serta menyadari

bahwa isi media sesungguhnya merupakan konstruksi dan media bukan sekedar merefleksikan kenyataan melainkan mempresentasikan kenyataan. Sementara diskusi terbuka di ruang publik mengkonstruksi peran bagi warga masyarakat biasa, yang berpartisipasi dalam proses komunikasi.

Media massa adalah forum pertukaran wacana, dengan topik yang dibangun dari berbagai bidang pengetahuan. Publik menemukan media sebagai saluran untuk mengungkapkan hal-hal yang tadinya tersembunyi. Isu-isu sosial kemudian menjadi wacana media. Sementara untuk membela kepentingan tertentu melalui wacana media, mesti dibangun jaringan kerjasama yang bebas dari konflik dan bersifat transparan.

### **6.2.2. Relasi Media, Masyarakat dan Pemerintah Yang Positif**

Media turut andil dalam membangun suasana iklim demokrasi yang kondusif sehingga warga masyarakat mana pun dan siapa pun berhak untuk bicara di media. Orang boleh menyampaikan apa saja tentang hal apa saja, tetapi semangatnya untuk mencapai sebuah solusi. Jadi substansi yang lebih penting dari pada cara.

SS yang mengambil pola informasi interaktif dipilih warga masyarakat sebagai tempat untuk mendistribusikan informasi, sekaligus menerima umpan balik. Interaksi sosial antara publik dengan institusi-institusi negara di Surabaya. Sebagai media swasta komersial SS mampu berperan dan bertindak menjadi

media publik dalam konstelasi sosial politik di Surabaya dan sekitarnya. Misalnya tetap menjaga netralitas media dalam setiap pemilu kepala daerah, mulai gubernur, walikota, sampai bupati dan pemilu legislatif.

Membangun hubungan antara media dengan pemerintah tidak mudah. Media tidak hanya terlibat dalam proses pemilu, tetapi juga dalam tugas-tugas rutin pemerintahan sampai kepada pesan-pesan politiknya. Keterlibatan media sebagai aktor politik bisa dilihat dalam berbagai bentuk publikasi atau agenda yang dapat dijadikan sebagai wacana politik. Hal ini senada dengan pendapat Cangara (2009:141) yang mengatakan bahwa media selain berfungsi sebagai *predictor of political change*, juga berperan sebagai *political actor* dalam suatu negara.

SS selama ini setidaknya berhasil menunjukkan relasi media, masyarakat dan pemerintah yang positif, yaitu ketika masyarakat bicara, SS menjadi perantara 'mempertemukan' pemerintah dengan warga masyarakat. Sementara pemerintah kota dan provinsi menggunakan SS untuk mempromosikan diri dengan programnya, sosialisasi kebijakan secara menyeluruh agar warga masyarakat lebih memahami kebijakannya dan mendukungnya, sekaligus untuk monitoring dan mengetahui apa yang terjadi dalam masyarakat. Tindakan sosial pemerintah ini bisa dikategorikan sebagai tipe tindakan rasionalitas nilai, yaitu terkait

dengan komitmen penuh kesadaran dan tanggungjawab, bila tidak dilakukan pemerintah berdosa.

Radio SS berhasil membangun ruang publik dengan menawarkan ide atau gagasan terutama dari pendengar, yang berkembang menjadi diskusi terbuka yang egaliter, dan gagasan terbaik yang pada akhirnya diambil. Sehingga para aparat birokrasi di Surabaya dan sekitarnya sebagai aktor dituntut mampu mengambil keputusan berdasarkan informasi yang memadai serta membuat penilaian yang independen dengan memiliki informasi yang faktual dan terpercaya.

SS selama ini mampu menyosialisasikan toleransi ketidaksepakatan. Dan ketidaksepakatan dapat dinikmati sebagai buah demokrasi yang indah, bukan dijadikan landasan untuk berkonfrontasi. Perdebatan antar elite pemerintah dan masyarakat harus dibudayakan sebagai sarana mengadu konsep dan mengasah pemikiran untuk menjadi lebih baik. Sehingga tersosialisasi bahwa orang berbeda pendapat bukanlah perseteruan melainkan hanya persoalan cara analisis yang berbeda yang bersifat impersonal. Budaya ini tumbuh dalam sistem *media demokratik partisipan* dalam konteks sosial budaya warga Kota Surabaya dan sekitarnya.

Inilah yang kemudian menjadikan SS semacam medium aktualisasi diri, yaitu ketika orang menjumpai masalah, setiap orang bisa ikut memberikan kontribusi pemikiran berupa ide-ide

atau gagasan-gagasan cerdas dalam membantu mencari solusi bijaksana atas setiap persoalan di masyarakat. SS setidaknya berkontribusi sebagai panggung partisipasi publik di ranah publik dalam kehidupan sosial dan bernegara secara demokratis. Media, masyarakat dan pemerintah merupakan mitra kerja sama yang saling membutuhkan dalam rangka membangun *good governance*. Dalam hal pengawasan ketiganya saling mengawasi satu sama lain. Akan menjadi masalah jika media tidak memiliki kesediaan untuk diawasi oleh pemerintah atau masyarakat.

### **6.2.3. Membangun Komunikasi Dialog di Ruang Publik**

Dalam alam demokrasi dan kebebasan berbicara, media menjadi tempat diskusi publik tentang berbagai polemik dan persoalan publik. Pendengar bisa mempersepsi mengenai apa yang relevan dan menarik berdasar pengalaman mereka dengan memberikan makna terhadapnya, sehingga pada akhirnya secara aktif mereka memproduksi teks media. Media menjadi sarana memediasikan makna-makna yang hangat diperbincangkan dalam rutinitas keseharian warga kota. Media menyatu dalam setiap aspek realitas warganya.

Hal terpenting dari semua ini adalah media ikut mengedukasi para pendengarnya untuk menjadi pribadi-pribadi yang berani berbicara menyampaikan sesuatu dalam menyikapi realitas kehidupan sosial politik. Media menjadi medium pertukaran

pendapat dan pemikiran di antara anggota warga masyarakat. Dalam bahasa politik, media tidak saja berperan membentuk realitas politik, tetapi realitas politik yang muncul bersamaan juga mempengaruhi media.

Senada dengan apa yang dikatakan dikatakan Grossberg, et al (1998:7) bahwa hal tersebut merupakan sebuah proses *mediamaking*. Dimana *mediamaking* pada prinsipnya merupakan upaya untuk memahami realitas, sementara media pada waktu yang bersamaan membangun konteks dari apa yang terkonstruksi melalui teks media. Dengan kata lain, *mediamaking* merupakan upaya untuk memahami wacana makna teks yang dibuat oleh media.

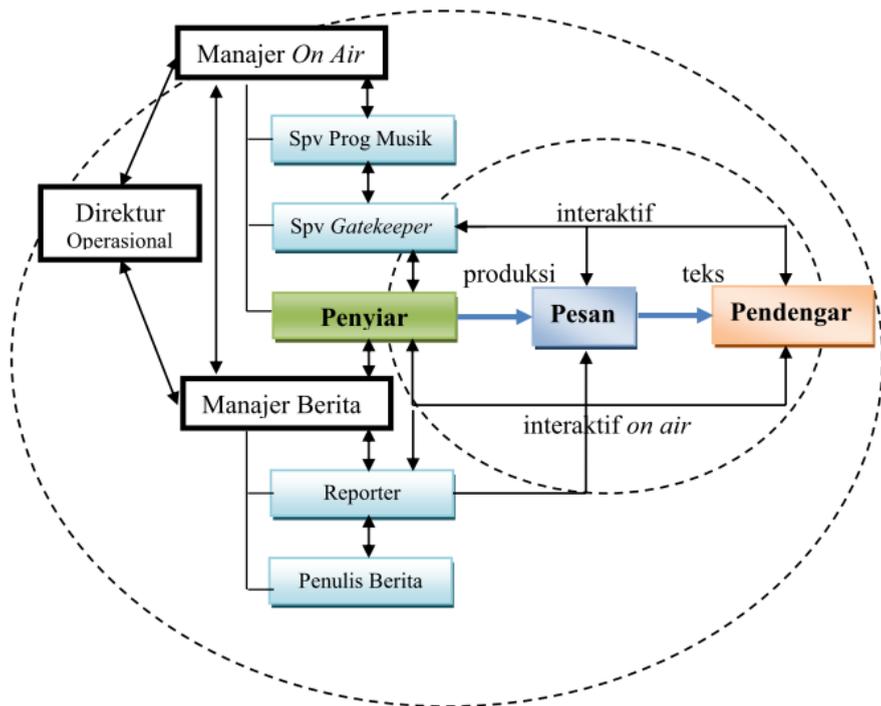
Proposisi teori dalam konteks perspektif *reception* adalah wacana teks media di ruang publik merupakan keluaran yang bermakna dari pertemuan antara konten (topik perbincangan) dengan pendengar. Program diskusi *on-air* menjadi sebuah teks pada saat pendengaran (*tuning in*), yaitu ketika pendengar yang terlibat interaksi menginterpretasi sejumlah makna berarti saat perbincangan. Pendengar terlibat dalam 'membuat teks' mereka sendiri sekaligus mengonstruksi situasi, dari program acara yang dibuat oleh media dalam rangka mencapai tujuan yang beragam.

Implikasi dari semua ini adalah tindakan interpretasi baik memproduksi dan memaknai teks merupakan usaha 'membuat rasa' dari konteks sosial di mana teks itu berada. Produksi dan

resepsi keduanya saling berhubungan dalam mengonstruksi teks atau produk. Sebagai contoh, produser teks adalah para aktor komunikasi atau partisipan program siaran (narasumber) yang menyatakan dalam program perbincangan radio korupsi menjadi budaya. Akhir dari program perbincangan ini akan memberi sumbangan pada pembentukan teks itu sendiri.

Teks meliputi segala mediasi dalam bahasa, suara, imaji dan rasa yang ada di media. Teks diproduksi oleh pembacanya, sementara sebuah program acara media diproduksi oleh industri. Di satu sisi, teks tidak bisa lepas dari konteks. Di sisi lain, pendengar merupakan konsumen teks pada segala tahapan produksi dan penerimaan yang memaknai teks. Hubungan interaksi antara teks, pendengar, dan konteks berlangsung secara simultan dalam kultural yang dinamis. Budaya dilihat sebagai bagian penting dalam interaksi sosial, yang membentuk konteks bagi tindakan dan interpretasi.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dalam penelitian ini penggambaran model komunikasi interaktif dalam media siaran konvensional yang memfasilitasi proses komunikasi interaktif dialogis atau percakapan (bukan linier) di ruang publik dalam kasus di SS adalah sebagai berikut:



**Gambar 4.**  
**Model Komunikasi Interaktif di Media Siaran**

Sumber: Hasil olahan penulis

Proses *mediamaking* ini sesungguhnya dapat dipahami sebagai budaya. Karena dalam produksi teks dan usaha menginterpretasi teks tidak lepas dari situasi (konteks) yang melatarbelakangi teks itu diproduksi. Pendengar mempunyai andil cukup besar dalam berinteraksi dengan teks media, karena ia aktif memproduksi makna baru dan tidak sekedar menjadi konsumen

dari isi media. Pendengar menginterpretasi situasi atas teks yang berhubungan dengan keadaan sosial dan budaya berdasarkan pengalaman subyektifnya. Hal ini dipertegas oleh pendapat Lewis (2003:3) bahwa budaya merupakan konteks dari makna yang ada, dan dinamika yang menstimulasi produksi dan diseminasi makna baru.

Inilah suatu keniscayaan media siaran memasuki era ruang publik, dimana media sebagai ruang untuk membangun diskursus publik demi terbentuknya masyarakat kritis, sehingga dapat berfungsi sebagai kontrol terhadap kebijakan negara ataupun komunitas bisnis. Ruang publik sebagai kondisi yang memungkinkan interaksi secara rasional melalui kebebasan berbicara lewat media. Hal ini senada dengan apa yang dikemukakan Habermas (dalam Kushendrawati, 2011: 185) bahwa secara normatif, sudah saatnya media siaran memasuki ruang publik yang sebenarnya.

**BAB VII**  
**MEWADAH**  
**INTERAKSI SOSIAL**  
**BAGI BERBAGAI**  
**KEPENTINGAN**  
**PUBLIK**

# **BAB VII**

## **MEWADAHI INTERAKSI SOSIAL BAGI BERBAGAI KEPENTINGAN PUBLIK**

### **7.1. Hasil Penelitian**

#### **7.1.1. Fasilitator dalam Interaksi Berbagai Pihak Tentang Kepentingan Publik**

SS mewadahi interaksi sosial sehari-hari antar individu yang mewakili berbagai lembaga untuk kepentingan publik. Interaksi sosial yang termediasi terjadi antara pendengar dengan pemerintah (pejabat pemerintah di Jawa Timur seperti gubernur, wakil gubernur, walikota, bupati, dan sebagainya), kepolisian, korporasi sampai interaksi yang terjadi dengan sesama pendengar biasa.

Program interaktif bermula dari filosofi siaran '*interaktif dan solutif*' yang mengundang publik pendengar untuk berinteraksi antara satu dengan yang lain, tanpa memandang kedudukan seseorang. Akibat dari keterbukaan komunikasi ini muncul harapan masyarakat bisa berkomunikasi dengan perorangan dan

lembaga yang bertanggung jawab terhadap pelayanan publik, terutama dalam suasana demokratisasi yang sedang berproses.

Namun dalam perjalanan interaktif mempunyai kisah berbeda, tidak semua perorangan dan lembaga siap memasuki suasana 'interaktif dan solutif'. Penyebabnya, karena sikap pribadi atau birokrasi kelembagaan yang tidak seiring dengan konsep tersebut. Di sisi lain, beberapa diantaranya ternyata ada yang bersedia dan berusaha melakukan interaksi dengan masyarakat melalui SS. Sementara dalam menanggapi semangat keterbukaan, pelayanan dan demokratisasi, SS berusaha menjaga dan berada dalam posisi sebagai fasilitator yang tidak berpihak kepada siapa pun. Usaha ini dilakukan sebagai itikad baik media, dan masyarakat yang merasakan dan menilainya.

Keluhan-keluhan pendengar bisa tertuju ke Pemerintah Provinsi, Kota, Kecamatan, sampai Kelurahan. Termasuk juga ke lembaga-lembaga negara di Surabaya seperti tertuju ke Kepolisian, TNI, Dinas Perhubungan, Kejaksaan, Kehakiman, Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil, Kantor Agraria, Kantor Pelayanan Pajak, Keuangan, dan sebagainya. Dalam keseharian siaran SS ada saja keluhan yang tertuju ke lembaga-lembaga jasa yang seharusnya mampu memberikan pelayanan terbaik dalam setiap interaksi dengan publiknya seperti PDAM, PLN, Telkom, rumah sakit, sekolah sampai universitas. Tak terkecuali masalah-masalah keseharian yang dijumpai warga, mulai persoalan lalu

lintas, kriminalitas, orang hilang sampai hewan piaraan hilang semua bisa tersiarkan di SS. Jadi informasi apa saja wujudnya tersiarkan di SS dengan cepat melangkahi media lainnya.

Lembaga-lembaga yang menjadi 'sasaran tembak' para pendengar dihubungkan SS dengan narasumber-narasumber yang berkepentingan dengan persoalan yang dikeluhkan, agar mereka memberikan responnya. SS tidak menempatkan narasumber dari lembaga yang dikeluhkan sebagai pesakitan. SS juga *tidak menerapkan sikap oposisi*, karena sebetulnya apa yang dikeluhkan masyarakat adalah persoalan yang harus diatasi oleh lembaga-lembaga tersebut. Di samping itu, SS sebagai *fasilitator* diharapkan mampu memberikan solusi dengan tidak membuat para narasumber dari berbagai lembaga tersebut takut berbicara di SS.

SS tidak sekedar menyampaikan informasi, tetapi SS bahkan pendengar bisa juga 'galak' ke pejabat atau instansi terkait melalui program interaktifnya. Hal ini diakui oleh Tri Risma Harini (30 Juni 2008) Walikota Surabaya, *gara-gara* terbukanya SS dengan suara masyarakat, muncul *image* yang menyatakan bahwa SS ditakuti oleh kalangan pejabat di pemerintahan. Walikota pun tak memungkiri, jika *image* itu sudah menyebar di kalangan birokrat. Sehingga ia seringkali sampaikan lewat SS, jika ada yang tidak benar, menjadi kewajibannya untuk 'bertemu' meski lewat udara, dan menjelaskan bagaimana yang benar. Selama ini Pemkot

Surabaya banyak mendapat masukan dari warga Surabaya lewat SS.

SS berhasil mendorong pendengar untuk *berani berbicara jujur, lugas, dan terus terang* dengan filosofi untuk menjadi lebih baik dikemudian hari. Menjadikan Surabaya, pemerintah dan warganya lebih baik. Sehingga awalnya banyak instansi yang mengalami ketersinggungan oleh SS. Pimpinan Polisi, PLN, Telkom, PDAM awalnya sengit dengan SS. Namun SS menunjukkan bahwa apa yang dilakukan adalah juga untuk kebaikan instansi-instansi tersebut dalam melayani kepentingan masyarakat.

## **7.2. Pembahasan**

### **7.2.1. Interaksi Memberi Pemahaman Publik Terhadap Kejelasan dan Kepastian Informasi Untuk Kepentingan Publik**

Radio siaran sejak 1998 ketika era reformasi sosial politik bergulir dan berakhirnya otoritarianisme Orde baru, radio swasta komersial juga mengalami transformasi. Ketertekanan sebelumnya yang pengap, memperoleh jalan napas yang luas. Radio swasta dapat menghadirkan diri secara utuh sebagai institusi sosial dalam kehidupan publik. Program siarannya mampu menjadi refleksi dari kondisi riil masyarakat. Publik pendengar mempunyai kesempatan sama lewat pertukaran atau proses berbagi pengalaman secara spontan, setara dan dua arah.

Melibatkan mereka dalam permasalahan yang sedang menjadi isu, maupun problematika yang mereka alami.

SS mampu menjadi medium komunikasi interaktif yang solutif dalam pelayanan siarannya bagi kepentingan berbagai lembaga seperti di uraikan sebelumnya. Sehingga dengan perannya, SS berhasil mengencourage pendengar agar berani berbicara jujur, lugas, dan terus terang dalam menyikapi setiap persoalan kota Surabaya dan sekitarnya. Sehingga tidak berlebihan bila SS sebagai media interaktif mempunyai kepedulian dan kontrol sosial yang edukatif, serta kontribusinya ikut menyuarakan tugas lembaga-lembaga pemerintah agar memberikan layanan publik yang lebih baik.

Model penyiaran radio interaktif seperti ini telah menjadi kenyataan dan merupakan keniscayaan (*conditio sine qua non*). Sebuah perubahan konsep radio, dari awalnya bersifat *linier* searah menuju ke *interaktif* dialogis. Keterlibatan masyarakat untuk interaktif menjadi keunggulan SS untuk menarik hati pendengarnya. Pendengar merasa mereka juga penting untuk radio ini karena merasa memiliki SS. Mereka memiliki ikatan emosional, karena suara mereka menjadi diperhatikan penguasa, elit birokrasi, instansi pemerintah, dan lembaga-lembaga pemerintah.

Keniscayaan radio sebagai media interaktif sejalan dengan terminologi *media making* – manusia hidup dalam komunikasi

media - menyiratkan bahwa ketika membicarakan Surabaya dan sekitarnya, ikon Radio SS melekat di hati masyarakat. Interaksi pendengar dengan Radio SS tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan keseharian. Artinya bahwa manusia selalu hidup dalam dunia komunikasi dan juga manusia hidup dalam komunikasi media. Radio SS begitu menyatu dalam setiap aspek realitas kehidupan masyarakat Surabaya dan sekitarnya. Apalagi masyarakat saat ini semakin cerdas dan suka *ngomong*, sehingga sangat potensial menjadi 'reporter' radio *news*.

Pendengar bisa dikategorikan sebagai *komunitas interpretif* yang menafsirkan, memaknai dan merespon isi pesan program radio menurut cara dan tindakan mereka. Salah satu contoh, tindakan mendengarkan Program Radio SS "Kelana Kota" di mobil mereka lakukan untuk memonitor situasi terkini tentang lalu lintas dan jalan, sehingga informasi tersebut bisa digunakan sebagai *panduan* sekaligus tindakan mengambil keputusan bagi pengendara agar terhindar dari situasi kemacetan atau masalah di jalan, agar sampai tujuan dengan selamat.

Sejalan dengan Thomas Lindlof (dalam Littlejohn, 2009: 421) yang menyoroti tiga komunitas interpretif. Dimana komunitas interpretif memiliki pemaknaannya sendiri terhadap media, genre-genre ini mendasari tipe umum hasil-hasil media yang diciptakan oleh interaksi dalam komunitas interpretif. Ketiga genre tersebut adalah *isi*, *interpretasi* dan *tindakan sosial*.

Kelompok pertama yang mengkategorikan komunitas interpretif adalah *isi* terdiri dari atas tipe-tipe program siaran yang dikonsumsi, yang dinilai dan dimaknai pendengar mencerahkan, karena ada dialektika yang memberikan alternatif pemikiran. SS memberikan wacana-wacana dari yang negatif sampai positif dan terjadi dialog-dialog dinamis sehingga membuat orang memahami. Selanjutnya, kelompok *interpretasi* yang berkembang di sekitar pemaknaan bersama. Anggota sebuah komunitas menafsirkan isi program dan media dengan cara yang sama. Pengaruhnya pada perilaku mereka, terutama pada apa yang mereka katakan tentang media. Makna-makna yang muncul tentang SS dibenak publik pendengar merupakan hasil interaksi yang begitu intens antara pendengar dengan SS. Misalnya SS sering mendapat julukan radio tol, ruang diskusi, ruang curhat, radio jalanan, dan sebagainya.

Senada dengan pandangan Gerald Schoening dan James Anderson (dalam Littlejohn and Foss, 2009: 419) dalam penelitiannya tentang *media tindakan sosial* yang menggaris bawahi bahwa makna tidak ada dalam pesan itu sendiri, tetapi dihasilkan oleh sebuah proses interpretif di dalam partisipan. Makna pesan media dan program tidak ditentukan secara pasif, tetapi dihasilkan secara aktif oleh partisipan.

Terakhir, genre *tindakan sosial* yang merupakan tatanan perilaku bersama terhadap media yang bersangkutan, termasuk bukan hanya bagaimana isi media dikonsumsi (kapan dan dimana

isi media tersebut di dengar atau diakses), tetapi juga cara-cara isi media tersebut memengaruhi perilaku anggota komunitas itu. Hubungan antar anggota dipengaruhi oleh media dengan jenis isi informasi tertentu yang membantu hubungan itu. Pendengar saling berbicara, bertindak melakukan sesuatu tentang apa yang mereka dengar dan lihat.

Ketika ada laporan mengudara kemacetan jalan di Surabaya dari pendengar, pendengar lain yang kebetulan *tune-in* kemudian berinisiatif menelpon SS, penyiar memberi kesempatan pendengar tersebut *on-air* untuk memberi solusi alternatif jalan yang tidak macet sampai tujuan berdasarkan atas pengalamannya. Sehingga bagi pendengar pertama yang berkeluh kesah terjebak macet, mempunyai alternatif informasi jalan dan bisa memutuskan mengambil tindakan mengikuti saran beberapa pendengar lain yang sudah terlebih dahulu melewati jalur alternatif tersebut dengan aman.

Media merupakan sebuah produk budaya masyarakat urban yang mampu memberikan makna tersendiri atas ritual konsumsi isi media oleh para pendengar yang dilakukan setiap hari. Lorimer (1994:170) dalam *reception theory* menegaskan bahwa proses interpretasi terjadi apabila publik media mampu memberikan makna tersendiri atas ritual konsumsi media yang dilakukan setiap harinya, dalam konteks sosialnya. Proposisi teori yang bisa diperoleh dari penelitian ini adalah rutinitas keseharian

pendengar atau komunitas mengonsumsi isi media ikut andil dalam pembentukan pemaknaan pesan-pesan media dan terhadap media itu sendiri.

### **7.2.2. *Traffic Report* Menjadi Kekuatan Interaksi Interaktif**

Penyiar SS yang ramah dan bersahabat dalam program siaran Kelana Kota selalu menyapa semua pendengar di udara dengan sebutan “kawan”. Sapaan penyiar dengan ungkapan khas “kawan” ini menjadikan pendengar SS merasa *sehati* dan *sejiwa*. Kawan bermakna sahabat atau *sedulur* (saudara) tidak memandang latarbelakang atribut. SS mendedikasikan dirinya untuk senantiasa melayani kebutuhan semua masyarakat. Sehingga siapa pun bisa berpartisipasi melaporkan kondisi lalu lintas terkini beserta *update* informasi sekitarnya.

Karakter para pendengar SS yang spontan, peduli dan saling mempengaruhi satu sama lain dalam melaporkan situasi lalu lintas akhirnya justru semakin membentuk ciri khas SS dalam siaran. Terutama dari sisi gaya bicara, wawasan, dan informasinya. Pendengar SS, tidak sekedar melaporkan dan menyampaikan informasi lalu lintas. Namun, umumnya mereka betul-betul mengetahui medan, jalan raya dan titik-titik kepadatan, sampai jalan-jalan alternatif. Sehingga informasi yang diudarakan mampu menjadi pemandu sesama pendengar, sekaligus membentuk

perilaku masyarakat agar mengedepankan etika berlalu-lintas yang tertib dan santun ketika berkendara.

SS berhasil menampung interaksi interaktif sesama pendengar dengan menjadi medium yang mengantarai pikiran-pikiran, baik individu, kelompok atau kepentingan masyarakat terhadap lembaga-lembaga lain. Kepentingan-kepentingan tersebut coba diambil oper oleh SS untuk didistribusikan, sekaligus memperoleh umpan balik. SS menjadi tumpuan harapan. SS penjaga ruang publik masyarakat. SS telah mengedepankan fungsi efektif radio sebagai *influencing medium*.

### **7.2.3. Tipe Interaksi dalam Media Interaktif**

SS sebagai radio yang menerapkan program interaktif memberi peluang publik pendengarnya berinteraktif langsung dengan penyiar, *gatekeeper*, narasumber dan sesama pendengar lain. Hubungan ini dalam perspektif komunikasi media sebagai hubungan-hubungan yang diperluas (*extended relationship*) secara elektronik, bersifat konstitutif (mendasar) dari bentuk dinamika antar mereka. Dipertegas oleh Holmes (2005:3) bahwa dinamika yang dalam visibilitas mereka membuat hubungan sosial ini sebagian besar menjadi tidak terlihat.

Dinamika sosial partisipan program siaran (penyiar, *gatekeeper*, narasumber dan pendengar) merupakan bagian ranah integrasi sosial yang diperluas teknologi, yang mengintegrasikan

penyiaran dan jaringan (*network*). Dalam perspektif linier, media penyiaran dicirikan sebagai hubungan *one to many*, sebagai hubungan satu arah, sebagai komunikasi terpusat. Lingkungan komunikasi penyiaran membingkai kehidupan individual manusia. Teknologi turut andil dalam mengintegrasikan bentuk komunikasi media penyiaran menjadi interaktif dialogis.

Pendengar menggunakan telepon sebagai sarana perpanjangan *face-to-face*, walaupun realitanya berada di tempat 'jauh' dari seseorang. Telepon hanya mewujudkan diri manusia 'setengah hadir', karena sesungguhnya bentuk-bentuk komunikasi diperluas dengan teknologi ini sedang memediasi manusia. Di sisi lain, terjadinya perubahan perspektif penyiaran yang memasuki wilayah dimana publik ikut berperan aktif bertujuan agar publik bersikap partisipatoris, berimplikasi pada pola hubungan media dan khalayak pada umumnya.

Natur manusia selalu merindukan interaksi dengan sesamanya, kapan pun dan dimana pun mereka berada. Individu-individu bisa terpisah secara geografis, tetapi mampu dipersatukan dalam bentuk-bentuk media. Teknologi seluler mampu menghadirkan seseorang untuk mendapatkan akses ke ranah publik. Artinya, individu-individu yang *mobile* di seluruh medium komunikatif dan terus menerus berpartisipasi tidak dalam ruang publik *pregiven* (yang sudah diberikan begitu saja), berproses membangun *publicness* (kepublikan) di berbagai

medium. Proses ini akan menciptakan lingkungan komunikasi yang lebih kompleks, dinamis, dan global.

Senada dengan hal tersebut, dalam tipologi modern interaksi, Thompson (dalam Holmes 2005:136) membedakan tiga jenis interaksi: *face to face interaction* atau interaksi tatap muka, *mediated interaction* atau interaksi yang dimediasi, dan *mediated quasi-interaction* atau kuasi-interaksi yang dimediasi. Interaksi tatap muka terjadi dalam *context of co-presence* (konteks ada kehadiran bersama), para peserta interaksi bisa segera hadir satu sama lain dan bisa berbagi bersama sistem referensi spasial-temporal.

Praktik radio interaktif masuk dalam tradisi *mediated quasi-interaction*, dimana untuk menghadirkan komunikasi dialogis multiarah, ruang siaran mengkombinasikan sarana teknologi (telepon/e-mail) agar mampu menciptakan 'rasa' diantara publik pendengar atau pengakses. Rasa saling membutuhkan, saling berbagi, merasa diperhatikan, dan merasa dianggap. Para partisipan program siaran atau narasumber yang terdiri dari para intelektual, selama ini dimanfaatkan oleh pihak media sebagai pencerah, serta sebagai subjek yang independen dari elit birokrasi dan instansi pemerintah. Di sisi lain, partisipan warga biasa yang terlibat interaktif tidak merasa hanya menjadi objek pasif, namun kontribusi pemikiran, pandangan dan saran menuju solusi menjadi inspirasi pihak yang kompeten.

Akhir dari bab ini yang bisa dicatat adalah menggambarkan fenomena unik radio lokal yang mendapat kekuatan dan kemandirian berkat ikatan emosional dengan komunitas atau kota yang dilayani. Sebagian besar pengalaman pendengar sebenarnya lebih bersifat personal, berskala kecil, dan terintegrasi ke dalam kehidupan sosial dengan cara yang akrab sesuai konteks budaya lokal. Karena sebagian besar orang membuat pilihan media mereka sendiri secara bebas, mereka biasanya tidak merasa dimanipulasi oleh satu kekuatan. Interaksi sosial yang terbentuk di sekeliling penggunaan media membantu orang-orang untuk menggabungkannya ke dalam kehidupan sehari-hari sebagai keberadaan yang akrab.

**BAB VIII  
PARTISIPASI  
PENDENGAR  
DALAM SISTEM  
PRODUKSI KONTEN**

# BAB VIII

## PARTISIPASI PENDENGAR DALAM SISTEM PRODUKSI KONTEN

### 8.1. Hasil Penelitian

#### 8.1.1. Pendengar Kunci Kecepatan Informasi

Perkembangan SS menjadi sebuah radio interaktif tidak lepas dari kuatnya komunitas pendengar yang setia dan militan. Kekuatan ini tumbuh sampai sedemikian mengakar di benak pendengar Surabaya dan sekitarnya karena saling membutuhkan. Ibarat penjual dan pembeli. Penjual akan selalu menarik pembeli untuk membeli produknya. Sementara pembeli akan setia terhadap produk manakala produknya memberi manfaat sesuai harapan dan keinginan, dan sebaliknya. Demikian juga yang terjadi pada pendengar, mereka tidak akan tertarik mendengarkan bila program siarannya tidak memberi manfaat.

Keterlibatan pendengar menentukan kecepatan informasi, sehingga kemudian membuat SS mengubah *policy*, reporter SS bukan lagi melaporkan *straight-news*, tetapi harus melaporkan secara *indepth news* (unsur kedalaman/ detail). Karena pelaporan *indepth* tidak bisa dilakukan pendengar, tetapi

pendengar bisa menjadi *informan awal* atau sumber awal. Kemudian reporter bisa menindaklanjuti dengan menggarap kedalamannya. Karena SS melihat sumber daya reporter tersedia, dan SS mempunyai jaringan dengan narasumber-narasumber terpercaya. SS menghubungi orang yang benar, *decision maker* sesuai masalah yang dikeluhkan. Pendengarnya menjadi lebih percaya. Sehingga sangat memudahkan ketika satu topik atau isu diangkat itu bagaimana, sampai ke tahap solusinya. Sementara untuk *straight-news*, *breaking-news*, dan *informasi aktual* bisa dilakukan pendengar.

Dari situlah kemudian peran *team work*, mulai *gatekeeper* sampai penyiar dibentuk untuk mengisi siaran dalam Program *Kelana Kota*, sambil mempersuasi dan mengarahkan pendengar yang jumlahnya ribuan untuk terlibat dalam proses produksi siaran. Pendengar menjadi kunci kecepatan Informasi.

#### **8.1.1.1. Tidak Meliput Berita, Tetapi Membuat Berita**

SS menerapkan ilmu *marketing* dan manajemen, berbasis pada pendengar. SS menjual produk apa dan untuk siapa dengan memerhatikan selera publik pendengar, *agenda setting* sesuai kepentingan pendengar. Prinsip *agenda setting* 'versi SS' adalah reporter tidak meliput berita yang memfokuskan pada isu yang sedang hangat saja, tetapi membuat berita yang tidak menjadi perhatian publik, tidak dibicarakan oleh publik. Tetapi reporter

mampu mengolahnya menjadi *angle-angle* unik dan menarik pendengar untuk menanggapi. Inilah yang kemudian menjadi kesuksesan SS. Sehingga apa pun bisa menjadi informasi. Tidak perlu yang dikategorikan *hardnews*, *hot news*, dan sebagainya.

Misalnya reportase investigasi yang mendapat respon positif pendengar, karya Rangga Umara (Reporter SS) yang berjudul, "*TKI Mencari Asuransi Sampai Mati*" yang karena unik mengangkat soal asuransi TKI yang selama ini tidak banyak disentuh sebagai isu buruh migran. Keunikan reportase ini berhasil memenangkan Anugerah Jurnalisme Bidang Akses Keadilan dari Lembaga PBB *United Nation Development Program* (UNDP). Karya ini juga meraih juara kedua dalam *Migrant Workers Journalism Award* yang diselenggarakan oleh ICM, *European Commition* dan *Migrant Care*, 18-Desember 2012.

Reportase berjudul '*Istri Nelayan Bukan Cuma Konco Wingking*' berhasil merebut hati juri KPID Awards 2012 Jatim untuk kategori pemberdayaan perempuan. Di selesaikan dalam sehari, Rangga mengangkat sosok Mardiyah istri nelayan di Kalianak, Surabaya yang memberdayakan istri-istri nelayan lainnya

## 8.2. Pembahasan

### 8.2.1. Kecepatan Informasi Bermanfaat Bagi Sesama Pendengar

Kecepatan informasi dari pendengar bermanfaat bagi sesama pendengar. Informasi sekecil apapun yang diterima SS berdasarkan 'catatan-catatan' pendengar sangat berharga bagi orang lain. *Value* atau filosofi seperti itulah yang SS sosialisasikan ke publik pendengarnya. SS membaca ada potensi-potensi nilai yang mereka miliki sejalan dengan filosofinya. SS ingin selalu menjadi *inspiring radio* bagi publik. SS telah menjadi *market leader* di *news radio*. Dan SS tidak hanya mementingkan *air time* yang bisa dijual untuk pengiklan, tetapi berbuat sosial sambil terus mengedukasi pendengar.

Partisipasi berimplikasi langsung kepada warga untuk terlibat secara otonom dalam memproduksi laporan di media, dan pengalaman-pengalaman sosial mereka dimediasi melalui media. Partisipasi sebagai hak setiap orang sebagai individu melampaui masyarakat. Karenanya radio sebagai media sudah seharusnya mendasarkan pada filosofi *demokrasi partisipan*, meninggalkan praktik komunikasi publik model *top down* bergeser ke praktik komunikasi publik model *bottom-up* yang mampu memberdayakan partisipan dalam proses komunikasi sebagai sumber informasi yang berharga. Pola komunikasinya menjadi lebih bersifat horisontal. Keberagaman suara (*diversity*

*of voices*) menjadi bernilai manakala warga masyarakat biasa diperhatikan atau diberi ruang menyampaikan gagasan-gagasan dan pendapatnya dalam ruang publik.

Implikasinya, keterkaitan media dengan publik bukan semata urusan produsen dan konsumen. Relasi keduanya tidak dapat dipisahkan, karena media terlibat dalam proses penetapan nilai seperti kebebasan berbicara, identitas (keunikan), integritas (kejujuran), diversitas informasi yang akan dikonsumsi publik. Artinya, media secara terorganisir mendahulukan atau memenuhi kepentingan publik untuk masyarakat luas. Hal ini senada dengan pendapat Syahputra (2013:167), kepentingan publik sifatnya beragam dan abstrak karenanya media menyajikan semua informasi, publik yang mendefinisikan sendiri kepentingannya termasuk menyediakan tempat yang cukup untuk menampung keberagaman ekspresi publik.

Publik menggunakan media sebagai saluran ketika ada kebuntuan aspirasi dengan birokrasi pemerintah. Media memberi ruang dan peluang warga bicara agar suara dan aspirasinya didengar oleh pihak-pihak yang berkompeten menjawab dan memberi solusi setiap persoalan dengan klarifikasi-klarifikasi informasi yang beredar di masyarakat. Pendengar sebagai publik mendapat apa yang mereka butuhkan dan merasa diperhatikan suaranya oleh penguasa, yang

mengatur rakyat. Media menjadi sebuah forum terbuka, sebagai *public sphere* dimana arus distribusi informasi bukan lagi monopoli penguasa, melainkan milik semua warga masyarakat sehingga ada keseimbangan dalam siklus mata rantai komunikasi yang berpihak pada publik dan kebenaran informasi.

### **8.2.2. Jurnalistik Warga Menjadi Kekuatan SS**

Praktik jurnalistik radio yang telah berkembang dan dilakukan SS melahirkan konsep apa yang disebut *ruang redaksi pendengar (audience newsroom)*. Dalam konsep ini pendengar diajak untuk memutakhirkan informasi dari waktu ke waktu. Pendengar menginformasikan apa, membutuhkan informasi apa, memberikan ide apa, mengkritik apa, konfirmasi apa dan sebagainya. Informasi yang dibahas selain memberikan pemahaman, masyarakat juga terlatih dan berani mengemukakan pendapat dalam ruang publik.

Radio siaran sebagai ruang publik yang menggunakan ranah publik menjadi arena diskursus warga masyarakat, sekaligus panggung representasi diri untuk menyampaikan kepedulian tertentu terhadap persoalan-persoalan publik sekaligus medium aspirasi publik. Bersamaan dengan ini, demokratisasi mulai terbangun dengan kebebasan untuk berpikir, berbicara, dan berkomunikasi tanpa diskriminasi, manipulasi dan represi negara.

Inilah yang kemudian dalam konsep jurnalistik, SS sebagai media swasta komersial mampu memberikan kontribusi pada apa yang disebutnya sebagai jurnalistik warga (*citizen journalism*) yang berkembang dalam sistem *media demokratik partisipan*. Warga ingin suara dan pendapatnya didengar oleh pihak terkait ketika menjumpai persoalan. Warga ingin berinteraksi dan warga juga mempunyai kebenarannya sendiri. Gubernur Jawa Timur, Soekarwo<sup>25</sup> menegaskan bahwa konsep *citizen journalism* yang selama ini dikembangkan SS telah menginspirasi warga untuk tak lagi takut menyuarakan aspirasi.

Tindakan sosial pendengar melaporkan informasi setiap peristiwa atau kejadian dengan mengudarakan ke SS memberi manfaat bagi sesama pendengar, terutama prinsip “*news on the spot*” dan “*the news that you can use*”. Informasi saat itu bisa langsung digunakan untuk memberikan solusi atau panduan pengendara di jalan dalam mengambil keputusan. Tindakan para pendengar merupakan bentuk kepedulian terhadap sesama dengan saling memberi atau bertukar informasi, misalnya mereka memberikan laporan informasi lalu lintas tentang daerah mana saja sedang macet dengan solusi jalur alternatif, peristiwa kriminalitas, musibah, dan sebagainya setiap waktu. Sehingga pendengar lain bisa melakukan antisipasi.

---

<sup>25</sup> “Soekarwo: *Saya Bangga Berteman dengan Suara Surabaya*”. Ditelusuri dari <http://www.suarasurabaya.net/fokus/32/2013/120343-Soekarwo-:-Saya-Bangga-Berteman-dengan-Suara-Surabaya> [10 Juni 2013]

Pada suatu titik tertentu, tingkat keraguan terhadap kredibilitas jurnalistik warga telah berkembang menjadi lebih matang. Pendengar akhirnya sadar dan paham bagaimana berbicara yang santun, serta melaporkan berdasarkan fakta. Beberapa diantaranya bahkan mampu melakukan cek dan ricek. Sementara dalam pertukaran informasi di kanal berita media sosial *facebook* dan *twitter* dianggap lebih murah, mudah, dan memberi alternatif solusi dalam *sharing* informasi dan diskusi manakala akses ke pesawat telepon SS sulit dan padat.

Dalam beberapa kasus, jurnalistik warga dianggap lebih berpengaruh daripada jurnalistik konvensional. Sifat hiperaktual dan interaktif di media sosial telah mengurangi relevansi berita yang disajikan media konvensional. Sehingga medium jurnalisme warga bisa menjadi pesaing bagi jurnalisme konvensional atau komplementer media yang sudah ada. Bagi pelaku media, ini menjadi unit bisnis yang secara otonom terpisah dengan media konvensional. Proposisi teori yang bisa dikemukakan dalam konteks ini adalah jurnalistik warga memberikan ruang ekspresi dan mendorong penguatan informasi oleh warga, untuk warga. Kebebasan pers adalah kebebasan warga masyarakat.

**BAB IX**  
**IMPLIKASI PENYIARAN**  
**INTERAKTIF**  
**TERHADAP**  
**PENGELOLAAN**  
**PRODUKSI KONTEN**

# BAB IX

## IMPLIKASI PENYIARAN INTERAKTIF TERHADAP PENGELOLAAN PRODUKSI KONTEN

### 9.1. Hasil Penelitian

#### 9.1.1. Siaran Interaktif Mengandalkan Partisipasi Pendengar

Siaran SS mendasarkan pada konsep jurnalistik sehingga bagi seorang penyiar dan *gatekeeper* harus mempunyai *feeling* jurnalistik<sup>26</sup>. Bila ada laporan telepon dari pendengar yang menarik, langsung dikembangkan. 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.

Program interaktif SS setiap hari, 60-70% berisi informasi lalu lintas yang dilaporkan pendengar maupun narasumber polisi. *Traffic report* merupakan kekuatan interaksi SS dengan publik

---

<sup>26</sup> Wawancara dengan Errol Jonathans, 20 Maret 2012

pendengar. Menurut Errol Jonathans, SS berharap kualitas materi informasi lalu lintas makin meningkat, bukan sekedar melaporkan dan menyampaikan informasi. Tetapi laporan lalu lintas dari pendengar mampu membentuk perilaku masyarakat untuk tertib berlalu lintas. Bila hanya berhenti pada titik melaporkan saja, itu kompetensi dasar. Jadi sudah bukan masanya SS lagi. Jadi pendengar merupakan sumber informasi sekaligus inspirasi untuk mempengaruhi pendengar yang lain agar bisa sadar dan tertib berlalu lintas. Sehingga, meski tidak ada polisi, rambu lalu lintas bisa bermakna.

*Tag line news-interaktif-solutif* merupakan *ruh* utama siaran SS, dimana kata *solutif* harus menjadi *mindset* kawan-kawan SS (sebutan akrab seluruh staf SS). Kalau mau mengangkat isu tertentu apa tujuannya. Tujuan perorangan, kelompok kecil, atau tujuan untuk masyarakat. Jadi *feeling* kawan-kawan SS dilatih 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, penjelasan mengapa jalan rusak, struktur tanah, kualitas material, periode perbaikan jalan, dan sebagainya.

Manajemen siaran SS dalam proses menentukan topik-topik siaran seperti di Program Wawasan harian lebih banyak ke *insting*, yaitu memilih topik-topik yang kira-kira bisa menciptakan daya tarik siaran dan mampu menimbulkan partisipasi diskusi

pendengar yang besar. Hal paling sulit dalam manajemen siaran dan menjadi kekurangan SS adalah menjaga prinsip netralitas dan kualitas interaktif dalam handling untuk mendukung *kebetahan kenyamanan* pendengar berlama-lama mendengarkan.

### **9.1.2. Siaran Interaktif Meniadakan *Clock Programming***

Para 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 SS tidak menerapkan sistem *clock*, karena interaktif itu *unpredictable* dan harus mengutamakan *hot news* atau *breaking news* sesegera mungkin, sehingga sering pada 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. Sementara bila dengan 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. Sehingga untuk SS yang lebih ditekankan adalah rambu-rambu siaran.

Rambu-rambunya adalah *pertama*, informasi wajib dipancarkan. *Kedua* iklan tidak boleh tidak terputar. Wajib diputar dalam kondisi dan segenting apapun iklan harus diputar. *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 SS. Kunci utama program interaktif sebagai mekanisme pengamanan adalah pada penyiar dan *gatekeeper* (penjaga pintu atau filter penerima telepon masuk dari pendengar) sebagai pengendali siaran yang satu sama lain harus mengetahui. Istilah *garbage in-garbage out* berada di *gatekeeper*. Peran mereka sangat terbantu dengan teknologi *link-in* komputer agar bisa memonitor siaran. Penyiar dan *gatekeeper* mempunyai tanggungjawab besar atas apa yang diucapkan dalam siaran, ini yang mungkin tidak dijumpai di radio lain. Karenanya, bagi sebagian pemerhati dan praktisi radio apa yang diterapkan SS merupakan sesuatu yang

diluar kelaziman teori keradioan, yang memandang sistem *clock programming* sebagai harga mati.

## **9.2. Pembahasan**

### **9.2.1. Pendengar Sebagai Pemasok Informasi dan Akurasi Berita**

Program interaktif (*phone in programme*) SS menjadi populer bagi warga Surabaya dan sekitarnya sejak 1994, dimana melalui program interaktif bisa '*memecah dinding*' penghalang antara 'tembok' studio siaran dengan publik pendengar di luar sana, sehingga keduanya bisa saling berkomunikasi interaktif 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 keterlibatan pendengar lebih leluasa sebagai pemasok informasi.

Beberapa ragam program interaktif di radio siaran yang sudah lama dikenal adalah *pilihan pendengar, kuis, program pengaduan, konseling pribadi, diskusi* dan *perdebatan*, dan sebagainya. Jenis yang terakhir adalah yang paling kompleks sekaligus memiliki dampak 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 yang melibatkan partisipasi pendengar mampu menyumbang upaya membangun warga masyarakat yang lebih peduli, publik yang partisipatif, kritis, membangun optimisme dan menghindari masyarakat *cuek* dan diam.

Mengelola acara interaktif tidak semuanya menguntungkan karena itu *akurasi berita* (ketepatan informasi berdasarkan fakta jurnalistik) dipertanyakan. Jika pengelola tidak waspada, acara seperti ini mempunyai sisi berbahaya. 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 pendataan jatidiri setiap pendengar dan seleksi *gatekeeper*. Hal ini dilakukan, untuk menghindari ancaman informasi yang bias, tidak akurat sesuai fakta dan data. Sehingga tidak bisa diukur kesahihannya, serta bisa dengan sengaja menjerumuskan 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 dan mengeluh, banyak pendengar yang hanya ingin melaporkan informasi lalu lintas saja, tetapi tidak

sedikit pula pendengar yang mempunyai *second agenda* ketika mengudara.

Radio siaran swasta harus pandai menyakinkan para pendengarnya bahwa program yang baik bukan sekedar menghibur, tetapi sungguh bermanfaat untuk meningkatkan pengetahuan. Memiliki komitmen dan keberpihakan pada masyarakat, 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. Sehingga radio yang berbasis pendengar memiliki kekuatan demokrasi yang baik dalam rangka keseimbangan dan keadilan informasi sebagai mediator.

Inilah wujud pengembangan media dalam perspektif *teori media demokratik partisipan*, dimana media 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).

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. Hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa penulis lebih melihat dalam kondisi apa, dan kapan mereka membutuhkan media.

Salah satu contoh, kecenderungan tindakan pendengar menelepon SS adalah ketika mereka menjumpai masalah atau keluhan atas pelayanan lembaga layanan publik. Mereka membutuhkan SS untuk menyuarakan 'kemarahan, kejengkelan, uneg-uneg' atau aspirasi mereka yang selama ini termarjinalkan. Pendengar diberi peluang untuk tidak takut bicara menyampaikan informasi atau pendapatnya secara kritis dan terbuka serta berharap mendapatkan respon pihak-pihak kompeten untuk menjawab setiap keluhan atau permasalahan warga kotanya.

Proposisi teori sebagai hasil penelitian adalah tindakan pendengar menyampaikan informasi atau pendapat merupakan bagian dari ekspresi mereka yang berhubungan dengan tujuan. Mereka membutuhkan media sebagai saluran aspirasi dan kepedulian mereka terhadap sesama. Pendengar tidak semata-mata hanya menjadi obyek terpaan media, dan secara teoritis memperkaya kajian media dalam perspektif media interaktif yang selama ini dominan *mainstream* linier.

### 9.2.2. Siklus Partisipasi Pendengar dan Proses Produksi Berita *On Air*

SS mengandalkan informasi peristiwa atau kejadian dari pendengar dalam setiap laporannya, dimana mungkin reporter SS belum mengetahui peristiwa atau kejadiannya. Informasi dari pendengar menjadi data awal SS, yang kemudian ditindaklanjuti oleh tim *gatekeeper* dengan mengembangkan informasi awal tersebut, serta menghubungi pihak terkait yang berkompeten untuk menginformasikan kejadian secara jelas dan lengkap. Sementara reporter SS ke lapangan untuk melengkapi data dan fakta kejadian untuk diudarakan langsung.

Penyiar secara terus menerus mengudarakan peristiwa atau kejadiannya ke pendengar, sambil mempersuasi pendengar lain yang mengetahui peristiwa atau kejadian yang sama untuk *update* informasi. Pendengar yang mengetahui atau kebetulan dekat dengan peristiwa melaporkan informasi ke SS sebagai 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 para 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. Sehingga 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.

Dalam media interaktif yang 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.

Berikut adalah model siklus partisipasi pendengar dengan media sebagai pengambaran nyata dalam media interaktif berikut ini:



**Gambar 5.**

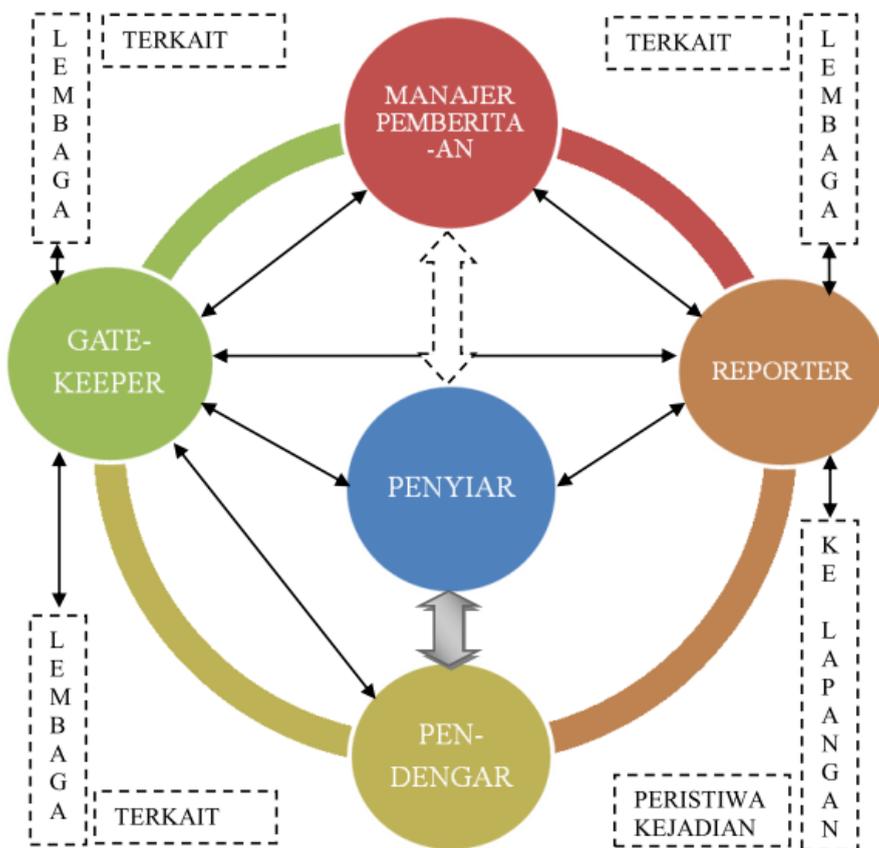
**Model Siklus Partisipasi Pendengar**

Sumber : Hasil olahan penulis

Penelitian ini berhasil mengkategorisasi empat model siaran interaktif radio, antara lain: *Pertama*, interaksi terjadi antara dua atau lebih penyiar di studio siaran berbeda (berbeda ruang dalam satu *station*, antar radio dalam satu kota atau antarakota/ wilayah dalam bentuk jaring radio/ radio berjaringan). *Kedua*, interaksi penyiar di studio dengan reporter di lapangan, misalnya pada acara *live* peristiwa tertentu. *Ketiga*, interaksi penyiar dengan pendengar dalam laporan peristiwa/ *traffic report*, pendengar bertindak sebagai 'reporter'. *Keempat*, interaksi antara penyiar di

studio, narasumber (di studio atau di luar studio), dan pendengar, misalnya acara *talk show* atau *talk show* pariwisata.

Proposisi teori sebagai implikasi penyiaran interaktif terhadap produksi konten adalah proses produksi konten media penyiaran interaktif tidak semata-mata mendasarkan pada logika media, pendengar merupakan aktor komunikasi dalam siaran yang menentukan 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 6.**

**Model Proses Produksi Berita On Air SS**

Sumber : Hasil olahan penulis

Model proses produksi berita radio SS (Gambar 3) 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.

### **9.2.3. Manajemen Komunikasi *Gatekeeper***

SS menempatkan publik pendengarnya pada posisi sentral dalam proses penyiaran. Publik pendengar tidak semata-mata hanya sebatas *target market* siaran (obyek), tetapi mereka juga sebagai pelaku (subyek) dalam proses penyiaran. Proses produksi informasi dengan menerapkan standar-standar jurnalistik yang dikembangkan SS. Peran tim *gatekeeper* di garda depan, yaitu membantu langsung penyiar. *Gatekeeper* merupakan editor yang tidak sekedar menerima telepon, langsung menyalurkan. *Gatekeeper* merupakan penggabungan antara *editor* atau redaktur dengan *frontoffice*. Kemampuan dan ketrampilan berkomunikasi empati dan komunikatif sangat mereka butuhkan ketika mengelola percakapan telepon dengan pendengar. *Gatekeeper* bekerja secara *teamwork*, dan mampu bekerja di bawah tekanan. Mereka harus melayani penelpon dengan baik dan santun, walaupun dalam *stressing* pekerjaan yang tinggi. Mereka juga harus mempunyai kesiagaan sebagai redaktur, karena mereka yang bertanggungjawab.

Penyiar dan *gatekeeper* adalah ujung tombak radio siaran interaktif, sehingga bidang pekerjaan ini menuntut kemahiran dalam mengelola apa yang sedang dirasakan oleh seseorang. Menuntut komunikasi mengena yang terjalin baik dengan orang di seberang studio. *Gatekeeper* wajib memiliki kemahiran berkomunikasi agar orang lain betah berbicara untuk mengetahui apa yang sebenarnya terjadi. Sarana *id-caller* memungkinkan nomor telepon yang masuk bisa langsung didata. Mekanisme seleksi telepon masuk selalu diterapkan *gatekeeper*, terlebih bagi pendengar yang akan *on-air*. Nama, alamat sampai profesi tercatat di *database gatekeeper* Radio SS. Bila penelpon jati dirinya belum diketahui, maka akan diregistrasi untuk kepentingan keamanan. *Gatekeeper* juga bertugas melakukan seleksi informasi, konfirmasi dan verifikasi setiap laporan informasi pendengar. Sehingga, semua informasi akan melalui *check and recheck* sebelum pendengar mengudara. *Gatekeeper* akan bertanya ke pendengar setiap detail informasi yang akan diudarkan.

Tugas tim *gatekeeper* menindaklanjuti atas laporan pendengar untuk kebenaran dan klarifikasi kepada pihak-pihak terkait yang berkompeten merespon, sesuai masalah atau peristiwa kejadian yang menyangkut layanan publik. Hal ini dilakukan *gatekeeper* mengingat bagaimana pun pendengar bukan lah jurnalis. Sehingga tingkat pekerjaan seorang *gatekeeper* memiliki *stressing* tinggi. Jadi informasi yang masuk perlu diklarifikasi. Seorang *gatekeeper*

mempunyai *sense of sensitivity* terhadap setiap perilaku pendengar berdasarkan *feeling* karena terbiasa berinteraksi dengan berbagai karakter atau watak keunikan setiap pendengar. Seorang *gatekeeper* mampu membantu penyiar *memetakan pendengar*. Pendengar yang akan berbagi, menolong atau sekedar ingin tampil mengudara bisa diketahui. Tidak sedikit juga yang menggunakan kesempatan mengudara untuk melepas kekesalan, bahkan caci maki. Termasuk adanya unsur dramatisasi karena secara emosional pendengar terlibat dalam masalah yang dilaporkan.

Prinsip dalam berinteraksi, pendengar tetap diarahkan untuk berada pada konsep memberi manfaat bagi orang lain. Di samping itu *gatekeeper* bisa saling bergantian *on air* (mengudara) dengan penyiar di ruang studio untuk merespon setiap penelepon dan mengetahui keinginan penelepon. SS menerapkan sistem, hanya dua penelpon pendengar yang masuk untuk *on-air* setelah mendapat verifikasi dari *gatekeeper*. Sisa antrian telepon ditampung oleh *gatekeeper* dan dikomunikasikan. Bila di antrian telepon masuk ke SS ada sesuatu yang sifatnya urgen akan segera diudarkan. Kawan-kawan *gatekeeper* memberikan sandi atau kode (lewat tangan ke ruang siaran) yang sudah dipahami penyiar di ruang studio siaran. Misalnya informasi kecelakaan atau kebakaran. Sementara, penyiar memberitahu ke penelpon lain yang *waiting list* diudara untuk mendahulukan informasi urgen

tadi. Penyiar segera langsung terkoneksi ke penelpon untuk melaporkan peristiwanya dengan tag line *breaking news*.

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.

Kelebihan siaran interaktif adalah narasumber dan pendengar tidak perlu datang ke studio, informasi akan tersiarkan lebih cepat dan peluang partisipasi pendengar lebih leluasa. Kendalanya adalah kualitas sarana telepon terutama seluler yang tidak stabil, setiap saat mudah terputus, serta tidak semua pendengar bisa berbicara lancar dan informatif. Bahkan banyak diantaranya suka berbicara berlebihan tidak fokus, dan tidak semua pendengar akrab teknologi interaktif terutama bila koneksinya dengan internet.

SS telah mempraktikkan jurnalistik radio dengan menajamkan peran *gatekeeper*. Dimana awalnya membantu penyiar menerima telepon masuk dari luar studio, berfungsi menjadi *newsroom* atau

*audio newsroom* dan bergeser menjadi *audience newsroom*. *Gatekeeper* memandu dan mengarahkan penelepon menemukan satu titik temu makna yang sama. Ini merupakan sebuah konsep unik yang ditawarkan dan dipraktikkan SS, dimana SS berhasil *mengencourage* pendengar untuk berani bicara dan melaporkan hasil aktifitas jurnalistiknya. Dari waktu ke waktu ruang *gatekeeper* selalu melihat celah-celah perubahan di masyarakat.

#### **9.2.4. Konvergensi Menjadi *Platform* Produksi Konten SS**

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 terrestrial 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. 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.

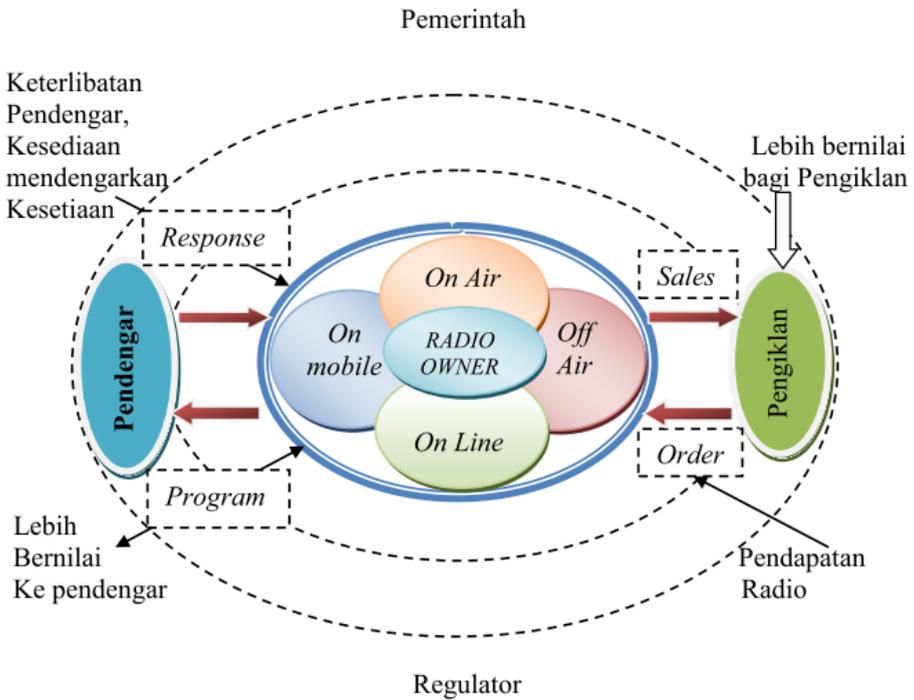
Radio siaran dalam lansekap media baru mengalami metamorfose menjadi bentuk baru radio yang menjadikan pendengarnya "*the e-listener*". Isi radio diproduksi, diakses secara online dan tersedia secara *streaming*. Radio siaran mengombinasikan penyiaran terrestrial FM dengan *online streaming* yang memberi pendengar pilihan diantara *platform*

yang ada (FM atau *streaming*) 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 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 ke dalam bentuk baru penyiaran multimedia.

Penulis melihat bahwa 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 model 4 “O” digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 7.**

**Model Aplikasi Konvergensi 4 “O” di Radio SS**

Sumber : hasil olahan penulis

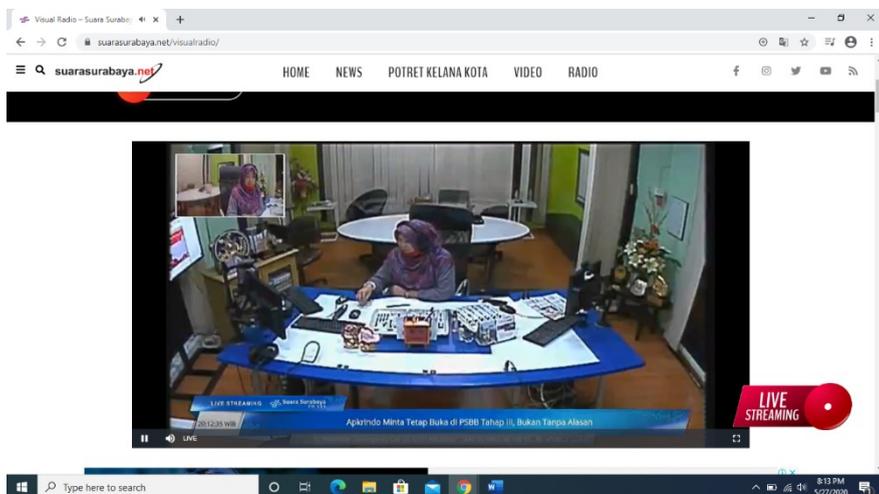
Konvergensi media memberikan implikasi bisnis radio dan pengiklan, sekaligus membuka peluang meraih *target market* generasi pendengar baru. Konvergensi media dipahami pendengar atau pengakses sebagai kemudahan mendapat informasi tanpa

harus berada di satu tempat tertentu. Dimana pun dan kapan pun mereka berada bisa mendapatkan informasi terbaru. Pengembangan laman SS di portal *on-line* ([www.suarasurabaya.net](http://www.suarasurabaya.net)) tidak sekedar untuk mempermudah dan memperluas jangkauan siaran atau akses pelayanan pendengar dimana pun dan kapan pun mereka berada, tetapi juga membentuk *image* positif bagi SS. Ada kemudahan mengakses berita-berita terkini secara *realtime* (seketika). Oleh karena itu, bagi pendengar yang sering bepergian karena pekerjaan, tetapi keluarga tetap domisili di Surabaya, mereka merasa dimudahkan dengan adanya SS.net. Walaupun mereka berada di luar kota Surabaya masih bisa mengikuti perkembangan informasi terkini Surabaya melalui *hyperlink Rubrik Berita Terkini* dan *Kelana Kota* di SS.net.

Tindakan mengakses *Rubrik Berita Terkini* adalah untuk mengetahui peristiwa atau isu-isu mutakhir menyangkut peristiwa politik, ekonomi bisnis, olahraga sampai teknologi, baik secara nasional maupun internasional. Sehingga sesama pengakses ketika berinteraksi dalam situs ini memandang 'halaman' berita terkini mampu memenuhi *kognisi pengetahuan* yang aktual dengan murah, mudah dan cepat. Tindakan ini dilakukan dalam kesadaran intersubjektif yang bertemu dalam ruang sosial virtual, yang kemudian membentuk *stock of knowledge* terhadap keberadaan SS sebagai media siaran. Relasi teks radio yang selama ini imajiner hanya *theater of mind* (radio mampu menimbulkan penasaran)

mentransformasi diri menjadi visual (*intertextuality*) yang penuh impresi bagi pengaksesnya. Mitos tentang radio yang hanya bisa didengarkan lewat telinga bergeser, dan berubah bentuk menjadi audio visual multimedia.

Konvergensi juga memberi peluang menguatkan identitas *station* dan *branding*, memberi nilai tambah sebagai sebuah *station* yang menjadi *market leader* dalam informasi sekaligus memiliki fungsi media yang diasosiasikan dengan filosofi nama *station* Suara Surabaya. SS sebagai *brand* yang telah melekat di hati warga Surabaya memberi kekuatan *station loyalty* pendengar, sekaligus berharap mampu meraih generasi baru pendengar SS yang lahir dalam abad digital. Seperti ditegaskan Cordeiro (2012: 495) program radio dibentuk oleh proses, sementara *branding* menjadi reliabel ketika produk bertemu dengan ekpektasi pendengar.



**Gambar 8.**

Tampilan visual radio streaming SS dengan “*video streaming*”. Ruang Penyiar, Profil Penyiar dan Ruang *Gatekeeper* bisa diakses oleh pendengar sebagai bentuk konvergensi.

Sumber : Suarasubaya.net

Media siaran dalam *platform* digital membawa implikasi optimalisasi penggunaan frekuensi dan mengubah tatanan bisnis penyiaran radio. Masa depan penyiaran mengarah ke sistem penyiaran digital karena dari segi efisiensi lebih unggul. Sistem media digital mampu menggunakan infrastruktur bersama, yang secara teknologi akan menjadi solusi terhadap sejumlah masalah pada sistem penyiaran analog. Benefit siaran radio internet menambah jangkauan, meningkatkan *time spend listening*, meningkatkan profesionalisme, inovasi dan kreatifitas siaran,

meningkatkan iklan, memudahkan dalam manajemen operasional radio karena bisa dilakukan jarak jauh, adanya *log/ record* siaran terstruktur menggunakan teknologi *database*, memudahkan dan memberi nilai tambah pada stasiun radio yang berjarangan dalam *news sharing*. Benefit bagi pendengar atau pengakses adalah *life style* baru yang lebih cerdas dan menarik.

**BAB X**  
**REGULASI**  
**PENYIARAN MEDIA**  
**INFORMASI**  
**INTERAKTIF**

# BAB X

## REGULASI PENYIARAN MEDIA INFORMASI INTERAKTIF

### 10.1 Hasil Penelitian

#### 10.1.1. SS Menyiasati Regulasi: Tidak Membuat Warta Berita Tetapi Informasi

Format radio berita merupakan pilihan yang tidak lazim bagi radio swasta komersial, karena era 1983-an regulasi pemerintah melalui Departemen Penerangan melarang media massa komersial untuk membuat dan menyiarkan siaran warta berita, kecuali RRI. Di samping itu, radio berita dan jurnalisme radio belum berkembang di Indonesia. Radio berita pada waktu itu tidak populer, regulasi media massa era Orde Baru wajib *merelay* siaran berita dari TVRI untuk televisi, dan RRI untuk radio. Tidak boleh juga menyajikan muatan politik.

Sementara SS yang mengudara tahun 1983 memikirkan bagaimana harus *survive* dalam situasi politik pemerintah Orde Baru yang represif terhadap industri media. Hal ini berlangsung terus sampai akhir kekuasaan Orde Baru tahun 1998. Selama masa ‘sulit’ itu televisi dikuasai pemerintah, sementara radio mengalami

pembatasan-pembatasan dalam hal menyiarkan berita sendiri. Semua harus tunduk, patuh dan wajib mengikuti siaran warta berita dari RRI Jakarta.

SK Menteri Penerangan No.226/KEP/Menpen/1984, yang diterbitkan untuk menggantikan SK No.24/ Kep/ Menpen/ 1978 tentang wajib *relay* oleh radio swasta itu sebanyak 18 kali dalam 24 jam. Sehingga radio swasta waktu itu tidak lebih berfungsi sebagai stasiun *relay* RRI. *“Regulasi itu sebenarnya kalau diamati adalah melarang kita untuk membuat berita, karena itu dianggap ranahnya RRI,”* kata Errol Jonathans<sup>27</sup> Direktur Utama SS. Hal ini dilakukan Orde Baru guna mencegah media sebagai alat subversi dengan informasi anti pemerintah. Akibat ketatnya peraturan pemerintah ini, akhirnya menjadi hambatan dan menyulitkan radio swasta berkembang.

Radio SS yang ‘terlanjur’ lahir sebagai media berbasis berita, dalam operasionalnya harus kreatif dalam menyikapi SK Menteri Penerangan tersebut. Dalih kreatif SS tetap sesuai visinya yaitu tidak membuat produk berita, melainkan memberikan informasi. Langkah ini tidak menimbulkan gejolak, sebab konotasi pada waktu itu *me-relay* RRI adalah warta berita. Sedangkan informasi memiliki arti ringan, sekedar ingin memberi manfaat. SS tidak membuat produk berita, melainkan memberi informasi.

---

<sup>27</sup> Wawancara dengan Errol Jonathans, 20 Maret 2012

Bagi masyarakat kebanyakan istilah informasi dan berita tidak begitu penting, yang penting adalah *isi* dari informasi atau berita tersebut. Namun dalam radio siaran pengertiannya agak berbeda. Sebab yang disebut berita dalam pengertian di radio siaran adalah peristiwa atau kejadian spesifik, dan memiliki persyaratan tertentu. Mengikuti formula 5 W + 1 (*what, who, when, where, why* dan *how*).

Informasi adalah semua hal yang boleh diketahui masyarakat apabila tidak ada sesuatu yang dipersyaratkan. Sehingga bisa dikatakan dalam pengertian di radio siaran, semua berita adalah informasi. Tetapi informasi belum tentu berita. Hal ini dipertegas oleh Wibowo (2012: 161) bahwa suatu informasi bisa dikatakan berita apabila memiliki apa yang disebut nilai berita.

Sedangkan yang dimaksud nilai berita adalah faktual (kejadian yang sungguh terjadi), *proximity* (kejadian yang mempunyai unsur kedekatan dan lokal bagi pendengar), *unusual* (kejadian yang luarbiasa atau istimewa), *relevance* atau *essensial* (kejadian yang sangat penting atau bermakna), *aktual* (kejadian yang sedang menjadi perhatian atau pembicaraan terkini), *eksistensial* (kejadian yang diakui benar ada) dan *dramatik* (kejadian mengandung unsur drama agar informasi tidak datar), seperti kerjasama SS, pendengar dan polisi berhasil menggagalkan kejahatan dan pencurian mobil beberapa kali.

Bagi sebagian pihak sikap represif pemerintah Orde Baru justru memunculkan terobosan baru. Radio siaran swasta menerjemahkan pelarangan itu sebagai larangan untuk mengemas informasi dalam format berita atau warta berita. Sehingga ketika SS memutuskan untuk menerapkan format *news*, yang dikembangkan adalah berita dalam konsep yang lebih luas. Dalam arti tidak menyentuh format warta berita. Informasi menurut SS diartikan sebagai sesuatu yang disampaikan atau diberitahukan oleh publik pendengar yang satu kepada yang lain agar diketahui. “Sesuatu” dalam pengertian informasi adalah isi informasinya atau pesan.

Tahun 1983 SS belum memiliki reporter, apalagi telepon interaktif. Ketika itu, Errol Jonathans sendiri yang mengetik dan membuat berita, kemudian diberikan ke penyiar untuk dibaca atau dinamakan *one man one way*. Tidak jarang di saat program sudah berjalan, naskah masih belum jadi. Keterbatasan sarana pula yang mengharuskan Errol Jonathans untuk kembali dulu ke kantor setelah liputan, mengetik naskah, dan pergi lagi meliput, begitu seterusnya.

Tahun 1983, SS melakukan pembenahan dari sisi teknis, pemancar, dan sebagainya. Memutar lagu masih menjadi acara utamanya. Tidak jarang SS harus menyerah karena masalah teknis. Beberapa kali *off* siaran dengan jumlah hari yang cukup panjang. Baru tahun 1984, jurnalistik radio mulai diaplikasikan, diawali

dengan *traffic report* dalam Program *Kelana Kota* berdurasi satu jam. Waktu itu informasi yang disajikan masih berupa informasi-informasi pendek bersumber dari *database* di buku Pemkot Surabaya. Misalnya tentang informasi jumlah sekolah, rumah sakit, jumlah perguruan tinggi swasta, dan sebagainya di siarkan.

Tahun 1985 Errol Jonathans bekerja sendirian, tidak mempunyai rekan jurnalis lain sehingga SS merasa perlu merekrut reporter, Denny Reksa direkrut sebagai reporter pertama SS. Kemudian merekrut reporter dari Pos Kota yang sudah keluar Didit Wardoyo untuk bergabung di SS. Kebutuhan pendengar pula yang menuntut SS untuk lebih memajukan langkahnya. Pendengar mengusulkan supaya informasi yang disajikan lebih aktual, tidak hanya data saja. Dan mulailah melakukan peliputan dengan menggunakan alat utama kala itu *handy talky*.

### **10.1.2. Radio Tak Berizin**

Masih banyak dijumpai media siaran yang menggunakan “ranah publik” secara ilegal, tidak berizin tetapi dibiarkan tidak ada penertiban dan penindakan yang semestinya sesuai UU tersebut. Sementara radio yang sudah berizin diharuskan untuk mematuhi aturan-aturan ketat sesuai dengan UU 32/ 2002 tentang Penyiaran. Hal ini sesuai dengan pengakuan Lutfi Abdullah<sup>28</sup> Ketua

---

<sup>28</sup>Wawancara dengan Lutfi Abdullah, 29 Mei 2012

PRSSNI Jatim yang patut menjadi masukan, berikut pernyataannya:

*“Sekarang kalau ada kesalahan siaran kami di panggil oleh KPID. Kalau ada TV atau radio ilegal, mereka bilang itu bukan anggota saya. TV/radio itu belum belum berijin. KPID tidak bisa bertindak dan ini terjadi di Blitar beberapa waktu yang lalu. Sebuah TV swasta menayangkan ‘blue film’ tengah malam. KPID tidak bisa menindak. Katanya, “apanya yang mau ditindak, ‘wong’ belum punya ijin”. Jadi ini aneh bagi saya. Walaupun ada laporan dari masyarakat bahwa TV itu tidak betul. TV tersebut kan siaran menggunakan frekuensi yang itu ranah publik. Itu sudah menyalahi UU 32/2002 tentang Penyiaran dan UU Postel No. 36/1999 tentang Telekomunikasi dan ini penyalahgunaan frekuensi”.*

Keprihatinan Ketua PRSSNI tersebut diperkuat dengan pernyataan Ketua KPID Jatim Fajar Arifianto Isnugroho<sup>29</sup> bahwa sebanyak 80 persen dari 400 lembaga penyiaran yang ada di Jatim telah memiliki izin siaran. Sedangkan, sisanya 20 persen belum memiliki izin siaran, karena tidak tersedianya kanal frekuensi. Lebih lanjut pernyataannya :

---

<sup>29</sup>“Masih 20 Persen Lembaga Penyiaran Jatim Tak Berizin”. Melalui [http://www.beritajatim.com/detailnews.php/6/Politik\\_&\\_Pemerintahan/2013-02-21/162672/Masih\\_20\\_Persen\\_Lembaga\\_Penyiaran\\_Jatim\\_Tak\\_Berizin](http://www.beritajatim.com/detailnews.php/6/Politik_&_Pemerintahan/2013-02-21/162672/Masih_20_Persen_Lembaga_Penyiaran_Jatim_Tak_Berizin) [21/02/2013].

*“Untuk lembaga penyiaran radio hampir semuanya sudah berizin, kecuali 100 radio yang berada di wilayah Malang, Kediri, dan Jombang. Mereka masih bersiaran tapi tak punya izin, karena memang kanal frekuensinya penuh. Untuk lembaga penyiaran televisi lokal, ada 18 stasiun yang belum berizin yakni berada di wilayah Malang, Kediri, dan Madiun. Ada delapan TV di Malang, enam TV di Kediri dan empat di Madiun yang belum berizin.”.*

Untuk menyelesaikan perizinan yang belum diperoleh lembaga penyiaran perlu penambahan kanal frekuensi agar izin dapat diproses. Tetapi wewenang penambahan kanal ada pada Kementerian Komunikasi dan Informatika, termasuk melakukan *mapping* penataan kanal. Jika disetujui, maka akan diterbitkan Permenkominfo baru untuk penambahan kanal tersebut. Penambahan kanal diperlukan karena masih besar potensi ekonomi dan penduduk Jatim yang memerlukan eksistensi lembaga penyiaran, seperti wilayah Sidoarjo, Gresik, Jombang, Mojokerto, Kediri, Malang, dan Madiun.

### **10.1.3. Regulasi Belum Mengatur Penyiaran Yang Mengintegrasikan Internet**

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang begitu cepat menyebabkan media siaran konvensional (radio

siaran terrestrial) harus kreatif dan inovatif agar bisa bertahan hidup dalam bersaing dengan media baru, dan generasi baru yang cenderung tidak membeli pesawat radio, karena fasilitas radio dan televisi telah diintegrasikan ke *gadget* modern yang memudahkan pengguna. Sementara itu, telah terjadi kecenderungan berbagai media konvensional dalam praktiknya sudah banyak yang mengintegrasikan isi dan siarannya dengan internet – konvergensi media - namun hal ini belum terakomodir dalam UU penyiaran tersebut.

Senada dengan pengakuan Iping Supingah<sup>30</sup> selaku *Supervisor* dan reporter SS.net mengatakan:

*“Dulu SS sempat dipersoalkan karena ijinnya kan untuk radio siaran, tapi kemudian ada berita online, ‘video streaming’ dan ‘video on demand’. Sampai sekarang kan belum jelas regulasinya. Jadi SS ya jalan saja mengembangkan SS.net. Karena sekarang bisa saja setiap orang punya domain internet”.*

Pernyataan tersebut menampakkan bahwa sudah menjadi kelaziman bisnis di Indonesia, *“bila tidak ada regulasi, maka boleh untuk dilakukan”*. Teknologi tersedia, bisnis mendukung, regulasi ‘bolong’, masyarakat konsumen menanti.

Regulasi baru penyiaran diharapkan membawa semangat baru dalam hal penataan dunia penyiaran Indonesia, mengingat

---

<sup>30</sup> Wawancara dengan Iping Supingah, 24 Pebruari 2012

perkembangan pesat dunia penyiaran di era digitalisasi dan konvergensi menyebabkan UU No.32 Tahun 2002 tentang Penyiaran sudah tidak mampu lagi menjadi regulator bagi dunia penyiaran di negeri ini. Mengingat perjanjian Geneva 2006 tentang *Frequency Plan* di antara anggota *International Telecommunication Union (ITU)* menetapkan 17 Juni 2015 sebagai batas waktu bagi negara-negara di seluruh dunia untuk melakukan migrasi dari penyiaran televisi analog ke penyiaran televisi digital. Ke depan penggunaan teknologi analog akan menjadi sangat mahal, dan tidak efisien karena manufaktur sistem ini otomatis akan berhenti. Indonesia termasuk negara yang agak belakangan memasuki era digitalisasi penyiaran (Baca KPI Pusat, 2013:150)

## **10.2. Pembahasan**

### **10.2.1. Pemerintah Orde Baru Melarang Radio Swasta Membuat Berita**

Era Orde Baru media sudah mengemban amanah sesuai fungsi media massa, yaitu *to entertain, to educate, dan to inform*. *To entertain* begitu mendominasi ruang publik, guna memuaskan dorongan psikologis para pendengarnya. Seperti maraknya drama radio pada era 1980-1990-an, sebut saja *Saur Sepuh, T tutur Tintular, Kaca Benggala, Mahkota Mayangkara, Misteri dari Gunung Merapi*. Sandiwara radio pernah merajai radio seluruh Indonesia dan kehadirannya ditunggu jutaan telinga pendengar dengan intrik

cerita kisah cinta, sejarah, dan dunia persilatan. Sebelum era sinetron hadir di televisi-televisi swasta.

Sandiwara radio waktu itu tidak jelas membidik apa kecuali untuk memperoleh iklan, terutama promosi dari para produsen obat-obatan. Implikasinya adalah pada fungsi *to educate* menjadi tidak jelas, karena radio berisi hiburan semata. Sementara fungsi *to inform* yang seharusnya menjadi harapan publik, tidak banyak dilakukan oleh RRI waktu itu. Informasi kegiatan pemerintah mendominasi aktifitas warga masyarakat. Sehingga, bukan rahasia umum, kalau media seperti RRI merupakan representasi rezim penguasa Orde Baru, sekaligus alat melegitimasi setiap keputusan pemerintah pusat.

Media seperti RRI dan radio-radio pemerintah daerah, seperti RKPD (Radio Khusus Pemerintah Daerah) dan RSPD (Radio Siaran Pemerintah Daerah) di satu pihak hanya sebatas instrumen dalam sarana mobilisasi massa oleh negara, di pihak lain radio swasta komersial lebih memilih menjadi sarana hiburan semata. Radio pemerintah menjalankan fungsi instrumental ini dalam jangka waktu panjang, bisa dikatakan semasa Orde Baru berkuasa 32 tahun.

Sementara bagi media swasta dilakukan pembatasan-pembatasan terutama menyangkut *editorial policy* diperkuat dengan regulasi pemerintah yang melarang media swasta untuk membuat dan menyiarkan siaran berita. Media swasta komersial

harus *merelay* siaran berita dari TVRI untuk televisi, dan RRI untuk radio. Tidak boleh juga menyajikan muatan politik.

Bagi sebagian pihak, tekanan-tekanan ini memunculkan kreatifitas dan terobosan baru. Sehingga bagi Radio Siaran Swasta Nasional (RSSN) untuk menyempurnakan fungsi radio, sehingga dapat membendung kepentingan penguasa dan tendensi komersialisasi yang menempatkan tujuan mendapatkan keuntungan diatas pelayanan.

Pada tahun 1997 ketika era pergolakan reformasi bergulir, RSSN berupaya menggeliat dari kewajiban *relay* siaran berita RRI, karena satu dan lain hal tentang penyiaran, dan lain - lain. Sehingga di Tahun 1998 - 2001 terjadi perubahan yang mendorong RSSN berusaha memainkan peran dan fungsinya dengan cara berlomba menyajikan berita yang tercepat, berita langsung dari lokasi kejadian, dan tidak dipungkiri ada pula pemberitaan radio yang berujung kepada kebablasan Kebebasan Pers. Disinilah mulai terlihat pergeseran orientasi penyiaran di Indonesia, namun bukan berarti menggeser pula nilai - nilai tendensi komersialisasi pada RSSN.

Walaupun SK Menpen No.226/KEP/Menpen/1984 tersebut hanya terdiri empat pasal (karena penyempurnaan SK 24/Kep/Menpen/1978), namun pasal 5, pasal 6, pasal 7 dan pasal 10 (Lampiran 6), bagi penyelenggara radio swasta komersial tidak bisa berkutik apapun. Karena radio swasta komersial wajib me-

*relay* siaran warta berita RRI, yang bisa mencapai 18 kali siaran berita dalam 24 jam. Frekuensi *relay* sebanyak itu sebenarnya masih kurang, tetapi karena radio swasta belum diizinkan siaran 24 jam, maka hanya 13 – 16 paket berita saja yang bisa di-*relay*.

Hal inilah yang dirasa memberatkan pengelola radio swasta, karena banyak waktu mereka yang tersita untuk meneruskan siaran RRI. Belum lagi kalau dilihat materi berita dari RRI yang dinilai kurang sesuai dengan sasaran pendengar radio swasta (*target market*). Untuk itu pengurus persatuan radio swasta PRSSNI pernah mengusulkan wajib *relay* siaran berita RRI cukup empat kali saja. Di samping itu, siaran niaga atau iklan ditetapkan maksimal 25 % dari jumlah waktu penyelenggaraan siaran.

Pemerintah Orde Baru melarang radio swasta komersial membuat berita (warta berita), kalau pun memuat berita atau *talkshow*, terlebih dahulu harus mendapat izin dari Departemen Penerangan untuk diperiksa dan di pelajari. Sehingga tetap terjadi monopoli negara atas informasi. Regulasi penyiaran di jaman itu ‘memaksa’ hampir seluruh media massa untuk menjadi *state apparatus*, menancapkan otoritas Pemerintah. Jika berlawanan, media massa harus menghadapi pencabutan izin atau pembredelan. Departemen Penerangan menjadi alat utama paling penting rezim Orde Baru untuk mengontrol media. Sementara pasar waktu itu masih menyukai konsep radio adalah musik dan hiburan.

Hal ini diperkuat dengan pernyataan, Yoyong Burhanudin<sup>31</sup> yang mengatakan bahwa, “*perilaku pendengar akan merejek atau mematikan radio ketika siaran warta berita RRI mengudara, karena menurut pendengar warta berita RRI cenderung menghabiskan baterai. Jadi pas berita orang cenderung mematikan radio*”. Jadi unsur penolakan mendengarkan warta berita RRI merupakan salah satu bentuk ekspresi kejenuhan pendengar atas model pemberitaan radio yang kurang ‘dekat’ dengan selera masyarakat. Cenderung monoton, searah versi pemerintah. Alih-alih interaktif melibatkan pendengar, justru yang terjadi propaganda kesuksesan (*success story*) pencapaian pembangunan rezim Orde Baru semata.

### **10.2.2. Lemahnya Peran Pemerintah (Daerah) dan Pengaruh Pengiklan**

Keprihatinan Ketua PRSSNI Jatim dengan masih banyaknya radio siaran yang tidak berizin perlu ada ada penertiban atau penindakan untuk menghentikan siaran. Hal ini dilakukan sebagai wujud pemerintah (Kabupaten/ Kota) melindungi media siaran itu sendiri. Agar prospek bisnis media siaran di daerah tetap berkembang dan terlindungi dari praktik-praktik bisnis ilegal. Sebagai pembayar pajak, pelaku media perlu mendapatkan perlindungan dari praktik bisnis kotor yang ilegal. Karena banyak diantaranya menerima iklan, sehingga menjadi kompetitor bagi

---

<sup>31</sup> Wawancara dengan Yoyong Burhanudin, 1 Maret 2012

radio yang berizin. Wujud perlindungan radio dari negara dan pemerintah adalah *menertibkan radio tak berizin* (tidak boleh siaran), bisa merupakan kerjasama KPID dengan aparat terkait di daerah.

Kasus media siaran ilegal jelas bertentangan dengan UU No 36/1999 tentang Telekomunikasi dan UU 32/2002 tentang Penyiaran, dan KPI bisa melakukan penindakan karena menyangkut konten siaran yang dipancarkan menggunakan “*ranah publik*” ke “*ruang publik*” dan menyangkut kepentingan publik secara luas. Frekuensi radio merupakan milik publik, yang kehadirannya langsung berpengaruh kepada banyak orang.

KPI yang mempunyai status lembaga negara dalam Undang Undang (UU) Penyiaran 32 tahun 2002 melaksanakan seluruh kewenangan UU Penyiaran tersebut. Namun praktik-praktik penyiaran di lapangan masih menimbulkan pekerjaan rumah bagi pemerintah dan lembaga negara. KPI dan pemerintah daerah belum maksimal melakukan monitoring dan tegas dalam penertiban radio ilegal. Disisi lain, dalam bisnis siaran terjadi praktik-praktik *dumping* iklan di daerah, karena tidak ada standar/pedoman penentuan tarif iklan radio (Baca Bab III). Sehingga tarif iklan radio ditentukan sepihak oleh radio yang bersangkutan tanpa memedulikan dampak bagi radio lain dalam bersaing, di samping jumlah radio yang belum terkontrol.

Hal ini menandakan bahwa sebagian besar industri media massa di Indonesia tidak berdaya ketika menghadapi pengaruh pengiklan, sekaligus mencerminkan kepentingan pengiklan. Kondisi ini di satu sisi adalah 'normal' untuk media swasta komersial dimana akhir persaingan media lokal menunjukkan betapa para pengiklan menentukan hidup mati media. Bahkan, sudah jamak kalau pengiklan juga ikut menentukan konten ketika mereka menjadi sponsor acara siaran, semisal program *talk show* pariwisata, atau *talk show* bisnis dikemas secara sosial untuk isu keselamatan berkendara di jalan. Tetapi narasumber yang berbicara adalah dari pemegang merk tertentu dengan disisipi iklan-iklan *adlib* penyiar.

Pengaruh 'normal' iklan bisa meluas hingga menyesuaikan pola konten media menurut pola konsumsi khalayak yang disasar. Rancangan program/ *programming*, tata letak, perencanaan, dan penjadwalan media sering mencerminkan kepentingan pengiklan. Sehingga apa yang ada dalam konten media, pengiklan dapat secara langsung campur tangan untuk mempengaruhi kebutuhan publikasi yang signifikan demi kepentingan pengiklan. Baker (dalam McQuail, 2011:23) mengamati bahwa 'pengiklanlah', bukan pemerintah yang menjadi penyensor utama konten media-media di Amerika Serikat saat ini. Pengiklan menggunakan kekuatan pasar untuk menghalangi komunikasi tertentu yang merusak

kepentingan pengiklan dan sekaligus ikut mempengaruhi keputusan editorial media.

Dalam kasus di SS, akan bisa menjadi berbahaya jika pengiklan bisa mendikte dan terlalu dekat satu sama lain, yang akhirnya memengaruhi berita. Mengingat SS mengklaim diri sebagai radio berita yang *base on listeners*. Organisasi media dan pengiklan dapat kehilangan kredibilitas dan keefektifannya jika terjadi konspirasi terhadap para pendengar yang selama ini membesarkannya. Namun, jika media yang secara ekonomi mapan dan memiliki kekuatan posisi terbaik pada publiknya akan memiliki kekuatan untuk menahan tekanan klien/pengiklan. Walaupun tidak menafikan iklan di beberapa media merupakan sumber pendapatan tunggal yang besar dalam menghidupi media, di mana persaingannya ketat. Seperti McManus (dalam McQuail, 2011:24) katakan bahwa kekuatan pasar mensyaratkan meminimalisasi biaya, melindungi pemilik dan klien dan memaksimalkan khalayak yang menghasilkan pendapatan.

### **10.2.3. Risiko Siaran Interaktif dan Rambu-Rambu**

Siaran interaktif mempunyai daya tarik para pendengar, karena radio tidak saja memberitakan, melaporkan atau menceritakan suatu peristiwa pada pendengar, tetapi secara sugestif radio interaktif ikut membuat pendengar mengalami kejadian yang sedang terjadi. Pendengar terlibat pada kejadian

yang tengah berlangsung, membawa pendengar menjadi bagian dari kejadian itu. Dalam banyak kasus di SS ketika pendengar sebagai pelaku peristiwa dalam menghadapi masalah atau sebagai korban, mereka sendiri yang justru melaporkan *on-air* dan menceritakan secara kronologis peristiwa atau kejadian yang dialami.

Hal ini tidak bisa dihindari dalam radio interaktif, apalagi berkat dukungan teknologi komunikasi seluler memudahkan akses siaran. Namun ada risiko yang perlu diwaspadai yaitu timbulnya unsur emosional pendengar/ penelpon, sehingga bisa berbahaya karena pendengar/ penelepon bisa *mendramatisasi peristiwa* atau kejadian terlalu jauh, subyektif dan kurang faktual. Sehingga mengurangi akurasi berita dan kebenaran dari prinsip jurnalistik (lihat P3/SPS pasal 9 dan 10). Hal ini tidak bisa dihindari dan dicegah, hanya bisa dikurangi dan mengarahkan pendengar.

Bila pendengar sudah terlanjur siaran namun ada informasi yang tidak akurat, *gatekeeper* dan penyiar wajib segera menyiarkan koreksi langsung mengudara dengan menyebutkan nama pendengar yang telah melaporkan tadi dengan santun dan tegas (pasal 6, P3/ SPS). Penyiar juga harus memperhatikan informasi penelepon yang sifatnya lebih urgen, dibanding dengan penelepon yang sedang *waiting list* lainnya untuk mengudara.

Misalnya, dalam banyak kasus, ketika penyiar sedang berbincang ‘mengudara’ per telepon dengan pendengar, tiba-tiba

ada pendengar lain yang diterima *gatekeeper* membawa informasi 'yang lebih tinggi' *value*-nya dan urgen untuk disiarkan. Maka penyiar tadi akan menyampaikan ke pendengar tersebut dengan santun dan tegas misalnya dengan kalimat, "*telepon jangan ditutup ya pak, ini akan kita oper ke 'gatekeeper' untuk didalami datanya, prosesnya seperti apa untuk kita gali lagi dan untuk dikembangkan*". Seterusnya menjadi tugas *gatekeeper* untuk mendalami berita tadi.

Dalam praktik siaran interaktif, media tetap harus sesuai dengan amanat UU 32/2002 terutama Pasal 36 ayat 4 yaitu menjaga netralitas siaran dengan tidak mengutamakan kepentingan golongan tertentu. Termasuk konsisten dalam menjaga prinsip sesuai dengan Pasal 5, yaitu isi siaran yang berupa program interaktif informasi dari pendengar tidak bersifat memfitnah, menghasut, menyesatkan dan/ atau kabar bohong. Termasuk tidak mempertentangkan suku, agama, ras, dan antargolongan.

SS menerapkan rambu-rambu sebagai *editorial policy* yang bisa dikatakan kepanjangan dari Standar Program Siaran (SPS) sebagai panduan tentang batasan apa yang diperbolehkan, dan atau yang tidak diperbolehkan disiarkan. Khusus dalam menyiarkan berita berjaringan dengan 14 radio tersebut, *editorial policy*-nya adalah informasi harus *universal*, *tidak terlalu lokal* sehingga tidak bisa dinikmati pendengar secara keseluruhan. Demikian juga siaran SS tidak terlalu lokal Surabaya, sehingga

tidak bisa di pahami oleh pendengar-pendengar radio anggota jaring radio tersebut.

Terpenting *memperhatikan durasi* (15 menit untuk tiga kali siaran dalam sehari), karena jumlah radio yang *on-air* 14 stasiun, jadi harus se-efisien dan se-efektif mungkin informasinya dengan waktu terbatas 1 menit per radio. Secara bisnis siaran, radio mendapat keuntungan dari membangun jaringan, *brand* menjadi lebih kuat dan jangkauan menjadi luas, peluang meraih pendengar terbuka, dan hal ini menjadi salah satu alasan bagi pengiklan untuk beriklan.

Sementara untuk informasi di media sosial seperti *facebook* dan *twitter* rambu-rambu yang dibuat untuk para *netter* SS adalah harus tetap mengedepankan *etika komunikasi* yang baik dengan menjaga *kesantunan* dan *ketertiban dalam berkomentar*. Tidak ada komentar yang menyinggung *SARA, tidak provokatif, tidak ada pembunuhan karakter, tidak menulis atau berkata kasar/ jorok, tidak porno* dan *selalu memberikan solusi* dengan menjaga kebersamaan walau ada perbedaan pendapat. Dan tidak memposting kegiatan ofensif/operasi/razia polisi yang sedang berlangsung. Beberapa tujuan kegiatan selain penegakan hukum juga untuk penangkapan pelaku curanmor.

#### 10.2.4. Media Online Tetap Menerapkan Kode Etik Jurnalistik

Perusahaan media konvensional yang telah mengintegrasikan dan mengembangkan ke arah *multiplatform*, khususnya ke media online (daring) standar etiknya mengikuti dan mengadaptasi Kode Etik Jurnalistik, seperti yang selama ini diterapkan pada media konvensional, terutama media cetak. Sehingga media penyiaran juga tetap memegang teguh *Piagam Palembang*<sup>32</sup> dalam menjalankan bisnis di bidang multimedia. Mengingat media daring sudah menjadi *platform* yang dipertimbangkan serius oleh perusahaan pers.

Oleh karena itu dalam pelansiran berita, media daring tetap menjalankan dan tidak melupakan ketentuan Kode Etik Jurnalistik dan UU 32/ 2002 tentang penyiaran dengan memperhatikan Peraturan KPI No.03 Tahun 2007 tentang Standar Program Siaran (SPS). Artinya adalah media penyiaran yang mengembangkan ke arah media daring tetap harus konservatif dengan mengikuti pedoman yang selama ini diterapkan pada media cetak. Isi Piagam Palembang diantaranya, melaksanakan *Kode Etik Jurnalistik*,

---

<sup>32</sup> Puncak Hari Pers Nasional, 9 Feb 2010 di Palembang, 18 pimpinan perusahaan pers menandatangani ratifikasi standar perusahaan pers, Piagam Palembang, yang bertujuan untuk memberikan standar kualitas pers dari sisi pemberitaan, SDM serta perusahaan menjadi lebih baik. Kalangan pers mengakui kebutuhan akan pers yang profesional, tunduk kepada UU tentang Pers, taat terhadap Kode Etik Jurnalistik (KEJ) dan didukung oleh perusahaan pers yang sehat serta dapat diawasi dan diakses secara proporsional oleh masyarakat luas (antaranews.com)

*Standar Perusahaan Pers, Standar Perlindungan Wartawan, dan Standar Kompetensi Wartawan.*

### **10.2.5. Demokratisasi Media dan Dominasi Siaran**

Masyarakat demokratik meyakini bahwa salah satu prinsip sentral demokrasi adalah kemerdekaan berbicara dan kemerdekaan media. Masyarakat demokrasi dicirikan keterbukaan, sehingga acap disebut sebagai masyarakat terbuka. Dimana dalam kondisi seperti ini mendalilkan kemerdekaan pers adalah kemerdekaan berbicara, sehingga apabila salah satu dipasung, maka demokrasi akan sekarat dan kemerdekaan pribadi maupun kemerdekaan kolektif warganegara akan mati. Seperti ditegaskan Pandjaitan dan Siregar (2003:142), tidak ada demokrasi tanpa kemerdekaan berbicara dan kemerdekaan media, dan sebaliknya, tidak mungkin ada kemerdekaan berbicara dan kemerdekaan media tanpa demokrasi.

Mendiskusikan demokratisasi, berarti mendiskusikan peran media, dalam tatanan negara demokrasi dimana masyarakat terbuka merupakan pilar utamanya. Peran media dalam masyarakat yang menjunjung tinggi nilai-nilai demokrasi menempatkan media sebagai *public watchdog*, representasi publik, dan sumber informasi publik. Khusus dalam model jurnalisme warga menempatkan media pada posisi sebagai ‘anjing penjaga’ ketika media dianggap tidak mampu menyampaikan laporan

secara akurat atau penuh sensor atau media mengalami pembatasan-pembatasan liputan.

Hal ini diperkuat McQuail (2011:201) tentang cara-cara media dalam mendukung ranah publik yang menggambarkan media dalam masyarakat demokratik adalah *pertama*, sebagai pemasok informasi berkelanjutan dari informasi yang dapat dipercaya dan bermanfaat, yang didesain untuk membantu warganegara dalam melakukan partisipasi politik, serta memenuhi keseharian hidup dan memungkinkan lembaga-lembaga masyarakat berfungsi secara mulus. *Kedua*, melakukan evaluasi, kritik dan membeberkan permasalahan-permasalahan yang memerlukan jawaban dari pengemban dan penyelenggara kekuasaan, serta mengawasi kemungkinan terjadinya penyalahgunaan kekuasaan. *Ketiga*, untuk menyediakan forum untuk mengekspresikan keragaman pendapat, keyakinan dan gagasan.

Berangkat dari kesadaran bahwa masyarakat perlu memiliki ragam pilihan dalam bermedia, agar kebutuhannya terpenuhi. Keragaman media (yang tidak hanya dimiliki oleh segelintir orang) merupakan sarana utama bagi jalannya demokrasi, karena dari situ akan lahir keragaman berpikir, keragaman perspektif yang berasal dari keragaman kepentingan. Seperti ditegaskan Mayo (dikutip Johnson, 2001:522) semuanya itu akan memberi manfaat pada proses pengambilan keputusan yang melibatkan partisipasi

masyarakat dengan menyertakan kontrol masyarakat terhadap para pengambil keputusan.

Keberadaan media diharapkan memberi kontribusi untuk menciptakan ranah publik demokratis, serta memberi peluang terciptanya masyarakat demokratis karena mendorong semakin banyak keterlibatan warga dalam arus komunikasi, sehingga tidak ada monopoli dalam proses komunikasi di masyarakat. Di samping itu, dalam praktik siaran jangan sampai sebagian masyarakat berada di bawah bayang-bayang pola acara yang dominan atau terjadi dominasi siaran, yang berpotensi mendominasi siaran di ranah publik. Hal ini dikuatirkan media bisa mendikte khalayak tentang apa yang harus mereka lakukan. Dominasi siaran bisa terjadi karena media sejenis belum atau tidak mempunyai pesaing yang sepadan dalam program acara atau format seperti kasus SS.

Dipertegas oleh Djudi Djoko Tjahjo<sup>33</sup> dalam salah satu diskusi dengan penulis tentang radio swasta lain yang mencoba meniru format SS tetapi tidak berhasil, sehingga SS sampai saat ini dipandang belum mempunyai pesaing utama, berikut petikan diskusinya:

*“Radio Merkuri FM di Surabaya pernah mau meng-copy paste Radio SS (dikloning) habis-habisan, saya juga tidak habis mengerti mengapa sampai begitu. Dipikir kalau semuanya sudah dikloning terus dia (Radio Merkuri) berhasil?”*

---

<sup>33</sup> Diskusi dengan Djudi Djoko Tjahjo, 4 Oktober 2012

*Narasumber-narasumber yang selalu bicara di SS diambil Mercuri suruh bicara hal yang sama. Bahkan sampai pendengar aktifnya SS diminta untuk bicara di Radio Mercuri. Semua 'resource' diambil. Tetapi menurut saya tidak sesederhana itu mengkloning radio, perlu 'maintenance', perlu 'continuity', dan perlu 'consistency'. Nah, Radio Mercuri ketika waktu itu ada trend lagu-lagu Mandarin, mereka memutar lagu-lagu Mandarin yang cenderung melankolis. Sementara konsistensi itu dijaga betul oleh SS. SS itu tidak memutar lagu cengeng, karena ingin menciptakan lagu-lagu yang apresiatif sesuai dengan pendengarnya yang kritis, terbuka dan berpendidikan. Lagu cengeng itu tidak apresiatif, tinggal 'menelan' saja. SS bukan anti lagu-lagu seperti itu, tapi prinsip konsistensi itu dijaga betul oleh SS sampai sekarang".*

Kondisi seperti ini 'normal' dan sah saja dalam suasana demokratisasi media. Namun, tetap perlu diwaspadai dengan apa yang disebut tumbuhnya 'keterikatan', dimana kesadaran publik terkondisi untuk menerima apa yang tersajikan, dan sulit untuk berpikir lain setelah sekian lama mereka meyakini bahwa format program acara radio *mainstream* yang selama ini mereka konsumsi atau terlibat sesuai dengan kepentingan mereka. Padahal dari sisi industri media, hal ini dilakukan semata-mata sebagai strategi bisnis untuk *maintenance* zona nyaman khalayak.

Dalam kondisi tidak mempunyai pesaing utama, dikhawatirkan dapat terjadi proses pengendalian dominasi siaran dari media atau pihak yang merasa memiliki 'kuasa' terhadap media atau pihak lain yang lebih lemah, yang bisa menimbulkan sikap arogansi media terhadap yang lain. Kondisi ini bisa mengganggu kompetisi sehat antar media, terutama dalam perebutan iklan dengan menetapkan standar iklan semena-mena. Implikasinya terjadi praktik-praktik *dumping* iklan diantara media yang lebih lemah karena kalah bersaing dengan yang *mainstream* tadi.

Artinya dimensi ekonomi tetap lebih dominan daripada kepentingan publik (yang menempatkan nilai atas keragaman), dengan mengeksploitasi raihan jumlah pendengar sebagai komoditas potensial yang laku dijual sesuai dengan profil dan pasar kepada pengiklan. Seperti diutarakan Habermas (dalam McQuail, 2011:200), publik lebih dapat dimanipulasi media daripada membantu opini dengan cara yang rasional karena penjajahan ranah publik oleh media demi kepentingan pasar. Di sisi lain, tepat kiranya jika meminjam istilah Ben H. Bagdikian (2003), terjadi monopoli media di antara yang lain.

Satu hal lain yang pelik adalah isu kepemilikan media yang merupakan permasalahan sangat penting, karena selama sumber daya media berada di segelintir orang, media tidak akan bisa merepresentasikan kepentingan publik. Sementara yang terjadi meminjam hukum jurnalisme milik Altschull (dalam McQuail,

2011:254), konten media selalu mencerminkan kepentingan mereka yang membiayai. Tunstall dan Palmer (hlm. 254) menyebut perusahaan media yang dimiliki oleh 'raja media' atau 'mogul', dilambangkan sebagai keinginan menaruh kepentingan pribadi dalam kebijakan editorial.

Padahal praktik operasional media di masyarakat harus memenuhi kriteria menghargai hak-hak kebebasan penyiaran yang mencerminkan kebebasan berekspresi dalam demokrasi. Media harus menghindari atau meminimalkan dampak yang muncul dari penyiaran terhadap individu sebagaimana terhadap masyarakat. Media harus menekankan pada dialog dan interaksi antara media dengan lembaga lain di masyarakat, dan media harus terbuka dan transparan agar bisa dikontrol oleh masyarakat.

#### **10.2.6. Regulasi Baru dan Regulator**

Dunia penyiaran berkembang pesat memasuki era digitalisasi informasi, produk hukum UU Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran sudah tidak mampu lagi mengakomodasi situasi dan kondisi perkembangan penyiaran dewasa ini dengan menjadi regulator di negeri ini. Perkembangan internet telah jauh menjadi "media" tersendiri, yang bahkan mempunyai kemampuan interaktif ketika sinergi dengan industri penyiaran dengan apa yang disebutnya konvergensi atau penyiaran digital.

Hal ini membawa implikasi yang menurut Prijadi (dalam KPI Pusat, 2013:154), ranah penyiaran digital akan menjadi baur dan kabur alias tidak memiliki batas rambu-rambu yang jelas. Peralnya, bisnis penyiaran akan bisa menyatu dan melebur dengan bisnis lain, seperti radio bisa “melebur” dengan internet, *provider* bahkan perusahaan jasa digitalisasi dokumen. Sehingga nantinya dengan bisnis yang baur dan kabur, akan terjadi ketidaktahuan apakah ada aturan yang dilanggar atau tidak.

UU Nomor 32 Tahun 2002 masih lemah dalam hal belum membahas antisipasi perpindahan sistem analog ke digital. Padahal saat ini, hampir semua perangkat mulai mendukung dan menggunakan teknologi digital. Belum menjelaskan dan menegaskan aturan dan mekanisme bagaimana media dapat berkonvergensi dengan teknologi telekomunikasi yang memungkinkan partisipasi langsung. Banyak media penyiaran yang hanya mendasarkan pada peluang bisnis semata. Terakhir, belum mengakui bahwa media konvergensi menawarkan dan melakukan semua yang belum bisa dilakukan media konvensional.

Di sisi lain, fenomena media konvergensi sudah beroperasi di Indonesia, sebut saja Liputan 6 *online*, Kompas *online*, Detik.com, Okezone.com. Belum lagi televisi-televisi dan radio swasta komersial yang online di internet dengan teknologi *streaming video*. Jadi media massa (tv, radio, surat kabar, dan majalah) sudah bergerak jauh dengan mengawinkan teknologi transmisi siaran

berbasis frekuensi dengan teknologi internet (*streaming*). Sementara regulasinya belum ada, sehingga diharapkan dengan regulasi baru yang akan menggantikan dan memperbaiki undang-undang lama mampu mengatur kebebasan dan akses publik terhadap media konvergensi.

Kondisi saat ini misalnya untuk proses perizinan lembaga siaran Radio yang bersiaran menggunakan *frekuensi* dan *streaming* sementara harus memproses 2 (dua) ijin, dari menteri dan ijin penyelenggara telematika (Riyanto, Ketua dan Komisaris Bidang Kelembagaan KPI Pusat, dalam Wibowo, 2012:xviii). Artinya, pada praktinya saat ini kekuatan pemerintah lebih berpengaruh ketimbang undang-undang itu sendiri. KPI hanya berwenang dalam bidang isi siaran, sementara kewenangan memberi izin maupun mengeluarkan rekomendasi sepenuhnya dikembalikan kepada pemerintah (Kemenkominfo).

Regulasi baru harus secara jelas, dan mempertegas dalam menetapkan berbagai aturan yang mencakup kepemilikan media, kepemilikan silang, media jaringan, *media convergence*, perizinan dan isi siaran. Dimana walau telah ada UU No.32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran sebagai regulator yang mengubah kontrol negara atas media menjadi kendali berbasis publik, dan undang-undang tersebut bermaksud mencegah monopoli kepemilikan media, sehingga manipulasi informasi dan opini publik tidak akan terjadi. Prinsip keragaman kepemilikan dan keragaman isi siaran

diejawantahkan melalui pembentukan KPI, sebuah lembaga independen berbasis publik sebagai regulator resmi penyelenggaraan penyiaran di Indonesia.

Namun dalam praktiknya intervensi pemerintah melalui Kemenkominfo ingin mendapatkan kembali kontrol atas tata kelola industri penyiaran yang justru banyak menguntungkan kepentingan segelintir kelompok bisnis yang tengah bersaing keras dalam industri media. Di samping itu, nasib naskah RUU Penyiaran yang tengah digodok DPR (setidaknya hingga Disertasi ini ditulis) belum lah jelas. Akar masalahnya entah dimana, mungkin karena berkesan se-olah-olah ada upaya penghilangan wewenang pemerintah dalam mengatur dunia penyiaran. Sehingga wajar jika para pelaku dunia penyiaran melakukan langkah yang spekulatif. (baca KPI Pusat, 2013:149).

Membangun sebuah regulasi yang komprehensif dan berdimensi jangka panjang tentu saja bukan hal yang mudah. Bahkan dalam konteks perkembangan teknologi komunikasi yang makin cepat, regulasi yang berdimensi jangka panjang nampaknya hampir menjadi satu hal yang mustahil. Adagium tentang regulasi yang selalu ketinggalan dibandingkan perkembangan teknologi mesti disikapi secara bijak. Pasalnya, sebuah bangunan kebijakan selalu mengandung celah multiinterpretasi sehingga bisa saja hal itu dimanfaatkan untuk menampilkan citraan media yang luput dari tujuan kebijakan.

Di sisi lain, pada saat sebuah kebijakan disahkan dan diimplementasikan, boleh jadi telah muncul varian teknologi baru yang tak terjangkau oleh regulasi tersebut. Ini tidak berarti bahwa pembuatan regulasi tak harus dilakukan, bagaimana pun produk hukum baru yang mengakomodasi media baru atau konvergensi media merupakan kebutuhan mendesak agar ada kepastian hukum dalam bisnis media interaktif, serta agar teknologi komunikasi baru tidak menjadi instrumen degradasi moral dan penyebaran informasi yang tidak semestinya ke ruang publik dan ruang publik maya.

Dalam hal menetapkan regulasi baru, institusi yang paling berwenang adalah pemerintah atau negara. Cara pandang demikian dapat dipahami jika dilihat dari fungsi negara sebagai *regulatory agent* di dalam menjaga hubungan antara pasar dan masyarakat. Di satu sisi negara memegang kedaulatan publik dan di sisi lain negara mempunyai *apparatus* yang berfungsi menjaga efektif tidaknya sebuah regulasi. Namun demikian, semestinya negara tidak serta merta melalui lembaga independen tidak menutup diri dari pola hubungan yang ideal di antara tiga aktor konvergensi (negara, pasar, masyarakat) sehingga akan berlangsung harmonis dan seimbang. Jangan sampai terjadi salah satu pihak mendominasi yang lain, misalnya pelaku media cenderung mendominasi, memonopoli pasar dan masyarakat,

sementara masyarakat tidak punya pilihan lain selain menerima apa adanya tampilan-tampilan di media.

Media konvergensi interaktif sebagai industri mempunyai kesempatan untuk terlibat dengan publik atau partisipan sebagai warga negara aktif, bukan hanya sekedar konsumen media. Industri media bisa membangun hubungan yang lebih baik dengan masyarakat. Tidak hanya untuk memelihara hubungan dengan khalayaknya semata, tetapi media juga mampu mempertahankan karakter dan fungsi publiknya dengan menyediakan ruang yang dibutuhkan dan menciptakan ranah untuk keterlibatan publik.

Di sisi lain yang menimbulkan kegalauan dan pesimisme pelaku media siaran menurut Lutfi Abdullah<sup>34</sup>, selaku Ketua PRSSNI Jatim adalah rencana pemerintah yang akan memberlakukan *digital audio broadcasting* (DAB+) yang dialokasikan di *band III VHF* (174-220 MHz) yang *reciever*nya berbeda dengan *reciever* AM/FM, implikasinya radio di daerah yang sudah susah mencari iklan akan semakin tidak menentu menentukan hidupnya.

Apabila DAB+ diimplementasikan di setiap kota akan terbuka peluang untuk minimal 72 konten penyiaran/ radio baru. Pada umumnya semua *reciever* DAB+ selalu di *embed* dengan *reciever* FM. Artinya akan ada penambahan konten sebanyak minimal 72 konten baru di setiap kota. Era radio digital di Indonesia sesuai

---

<sup>34</sup> Wawancara dengan Lutfi Abdullah, 29 Mei 2012

rencana pemerintah akan diterapkan pada 2018. Hal ini lah yang membuat industri radio penyiaran tidak prospek di masa depan.

Adanya regulasi memberikan jaminan kepada masyarakat bahwa informasi yang disampaikan oleh lembaga penyiaran merupakan informasi yang benar. Informasi yang benar ditemukan dalam bentuk berita sebagai produk jurnalistik, yang harus berupa informasi yang akurat, tidak tendensius, dan tidak memunculkan stigma atau *stereotype*. Hal ini dipertegas oleh pendapat Denis McQuail (1991:130) yang menyatakan bahwa bila informasi merupakan produk jurnalistik, berarti informasi tersebut haruslah obyektif, yakni faktual (benar ada dan sesuai fakta), relevan (berkesesuaian dengan kepentingan masyarakat), netral (tidak sensasional atau terkesan mendramatisir), dan berimbang (menampilkan dua pihak pada peristiwa yang kontroversi atau lazim disebut *cover both side*).

**BAB XI**  
**PEMBAHASAN JUDUL**  
**RADIO SIARAN**  
**INTERAKTIF DAN**  
**LAYANAN PUBLIK**

# BAB XI

## PEMBAHASAN JUDUL RADIO SIARAN INTERAKTIF DAN LAYANAN PUBLIK

Judul dalam buku ini adalah Suara Surabaya Sebagai Media Informasi Interaktif, yang kemudian dikaitkan dengan layanan publik. Keberhasilan SS sebagai media yang memfasilitasi komunikasi interaktif menjadi sumber telaah sebagai sebuah kasus unik. Sukses SS sebagai radio swasta diantaranya mampu memadukan idealisme media dengan fungsi media (informasi, edukasi dan kontrol sosial) dan bisnis. Kisah sukses radio ini menginspirasi penulis, untuk melakukan penelitian Disertasi Ilmu Komunikasi Pascasarjana Unpad.

SS kehadirannya di 'udara' menampilkan format interaktif untuk semua segmen program acaranya, hal ini seakan-akan telah membelokkan teori-teori komunikasi massa yang selama ini linier. Siaran radio umumnya bersifat transmisional, dari studio ke para pendengarnya. Program interaktif hanya sebatas *request* informasi, lagu, kuis, perbincangan bebas seputar gosip, curahan hati sampai humor. Radio hanya menjadi media hiburan yang menjadikan konsumen sebagai sasaran siaran.

Pola komunikasi yang selama bertahun-tahun rezim Orde Baru praktikkan dalam penyiaran bersifat *top-down* bergeser ke pola komunikasi yang lebih horisontal, melibatkan kebutuhan komunikasi dan informasi masyarakat agar terakomodasikan dalam program siaran. Media dan pendengar menjadi aktor-aktor siaran yang saling terlibat dalam proses komunikasi. Radio siaran swasta meskipun sarat komersial, namun mampu sebagai institusi masyarakat yang memiliki keberpihakan pada kepentingan publik demi kebaikan publik yang memberikan makna dalam kehidupan kultural.

Radio yang semula hanya berkomunikasi searah berubah ke medium interaktif. Radio mulai dituntut untuk tidak hanya menyediakan sebuah program berjalan (yang sedang disiarkan), tetapi juga menyediakan banyak program yang bisa diakses sesuka hati. Pendengar tidak lagi harus menunggu acara siaran yang diinginkannya tiba waktunya disiarkan. Melalui konvergensi media, pendengar dan *users* menjadi lebih leluasa dan bebas mengakses informasi. Informasi yang disiarkan secara interaktif selain menyentuh kepentingan langsung dan rutin dari problematika kehidupan pendengar, juga menempatkan mereka sebagai subyek siaran. Laporan langsung para pendengar mempunyai daya tarik, karena memiliki sifat yang serba 'hidup' berdasarkan apa yang mereka ketahui, saksikan, dan rasakan.

Radio memiliki kedekatan, karena masalah yang dibahas berasal dari masalah keseharian yang dihadapi pendengar.

Pendengar SS memanfaatkan radio ini sebagai saluran aspirasi mereka dalam menyuarakan problematika lokal sehari-hari, agar pihak yang kompeten mendengarkan dan memperhatikan, sehingga berimplikasi langsung terhadap kehidupan individu dan masyarakat. Persoalan situasi dan kondisi kota, kondisi jalan dan lalu lintas, layanan publik birokrasi pemerintah provinsi/ kota/ kabupaten, lembaga-lembaga pelayanan publik yang menguasai hajat hidup orang banyak (misalnya PLN, PDAM), peristiwa kriminalitas, sampai persoalan aspirasi politik lokal, semuanya terakomodasikan dalam siaran di SS. Sarana komunikasi membantu aktifitas interaktif pendengar dan SS.

Hal ini sejalan dengan teori *media tindakan sosial* dimana realitas isi media digunakan dan diinterpretasi dalam rutinitas keseharian. Pendengar yang terdiri atas komunitas interpretif sangat berbeda, masing-masing memiliki nilai-nilai, gagasan, dan ketertarikannya sendiri. Komunitasi interpretif yang memiliki pemaknaannya sendiri terhadap isi, penafsiran/ interpretasi dan tindakan sosial. Tindakan sosial rutinitas keseharian pendengar mengonsumsi isi media memberikan pemaknaan pesan-pesan media, dan terhadap media itu sendiri.

Program perbincangan radio akan mendapatkan respon pendengar dalam cara-cara yang berbeda, sementara informasi

yang diudarkan menjadi bermakna bagi pendengar bergantung topik, siapa yang mendengarkannya, dan jenis informasi yang dibutuhkan. Pesan-pesan media tidak ditentukan secara pasif, tetapi dihasilkan secara aktif oleh keterlibatan pendengar dengan saling berbagi informasi sesama pendengar berdasarkan atas apa yang mereka alami, rasakan, dan lihat sendiri.

Beberapa pendengar ketika mengemudi sambil mendengarkan informasi lalu lintas guna mendapatkan informasi situasi dan kondisi lalu lintas. Pendengar lainnya ada yang menempatkan SS sebagai pemandu dalam berkendara agar sampai tujuan dengan selamat, termasuk mendapatkan solusi dari sesama pendengar ketika menghadapi masalah di jalan seperti kondisi kendaraan, kondisi jalan dan kemacetan dengan menemukan jalan alternatif.

SS berhasil mengembangkan jurnalistik warga yang *on the spot* dengan prinsip *the news that you can use*. Radio ini juga mampu menjadi 'panggung' berbagai kepentingan, dengan menawarkan kesempatan yang kurang lebih sama kepada beragam suara dan ekspresi, dengan sudut pandang yang berbeda di dalam masyarakat. Radio SS juga menjadi lembaga konfirmasi informasi untuk mendapatkan kejelasan informasi dalam pengambilan keputusan.

Implikasi teoritis studi ini adalah memperkuat studi media tindakan sosial dalam konteks industri media penyiaran di

Indonesia. Media *broadcast* yang menghadirkan sebuah situasi “*quasi-interactive*” (semi interaktif) menjadi performa media yang menarik bagi pendengarnya. Realita situasinya semi-interaktif, karena bagaimana pun tetap tidak bisa ‘menghadirkan’ individu secara utuh dalam interaksi. Hanya interaksi tatap muka langsung yang dapat dikatakan memenuhi syarat sempurna sebagai bentuk komunikasi interaktif.

Media *broadcast* menjadi bersifat interaktif sepanjang interaktivitasnya difasilitasi medium komunikasi lain, seperti telepon, *internet*, *email*, komputer, dan sebagainya. Hal ini sesuai dengan pendapat Holmes (2012:25) bahwa interaktivitas bisa terjadi dengan media yang diperluas (melibatkan medium lain), atau sekedar tatap-muka yang difasilitasi.

Dalam usaha pengembangan teori, penulis mencatat sebagai proposisi teori dimana partisipasi khalayak merupakan kunci dalam *budaya media konvergensi*. Istilah ini merujuk pada serangkaian fenomena yang bermula dan berhubungan dengan konvergensi teknologi, yang kemudian berimplikasi pada kaburnya batasan antara produsen dan konsumen. Khalayak terlibat dalam proses produksi dan distribusi informasi, khalayak sebagai konsumen sekaligus produsen konten media. Khalayak yang partisipatif dalam media yang memfasilitasi komunikasi interaktif menempatkan mereka setara dengan yang lain dalam proses komunikasi.

Media siaran dalam era keterbukaan informasi memasuki ruang publik yang sebenarnya sebagai forum diskusi dan perbincangan publik di ranah publik (*public domain*). Dimana dalam usaha ‘menghadirkan’ pihak yang terlibat dengan cara berinteraktif melalui komunikasi interaksi yang *friendly* dan intim. Hal ini dipertegas oleh Williams, Rice, dan Rogers 1998 (dalam Severin and Tankard, 2001: 370) yang menyatakan interaktivitas sebagai derajat dimana partisipan dalam sebuah proses komunikasi bisa saling mengontrol dan mengubah peran dalam diskursif bermakna mereka.

Media siaran mengemban tanggungjawab mengembangkan intelektual sosial sebagai kontribusinya untuk kemajuan warga masyarakat, dengan menawarkan dan menyebarkan gagasan-gagasan yang mencerahkan dari publik, oleh publik dan untuk kepentingan publik, demi kebaikan publik itu sendiri. Sementara kepentingan publik bersifat abstrak dan sangat beragam, karenanya publik sendiri yang mendefinisikan kepentingannya. Media siaran wajib memenuhi hasrat rasa ingin tahu (*sense of curiosity*) publiknya yang itu adalah hak publik untuk mengetahui informasi seputar lingkungan mereka.

Media siaran yang mengembangkan interaksi sosial di ruang publik dalam bentuk siaran kata (*talk*) mencegah terbentuknya masyarakat diam dan skeptis. Media siaran interaktif yang mengandalkan siaran kata menghadirkan suasana ruang publik

menjadi hidup. Media memberi saluran warga bicara dalam upaya menciptakan perubahan yang lebih baik dengan peningkatan nilai-nilai demokrasi, seperti keterbukaan dan transparansi informasi, pendidikan, budaya, ekonomi menuju *good governance*. Studi ini memperkuat teori media demokratik partisipan, dan tesis Tolson (2006:12) yang menyatakan siaran kata menghadirkan interaktivitas dan '*liveliness*', waktu produksi dan penerimaan pesan secara simultan terjadi 'saat ini', spontan, *on the spot* dan bisa menjadi tak terduga.

Dalam pandangan *interaksi sosial*, membedakan media menurut seberapa dekat media dengan model interaksi tatap muka. Sementara media penyiaran sebenarnya menekankan pada penyebaran informasi sehingga mengurangi peluang interaksi. Realitanya SS justru sukses mempraktikkan sebuah radio siaran yang memfasilitasi komunikasi interaktif. Siaran interaktif memberikan daya tarik publik (*public interest*) untuk berpartisipasi sebagai pemasok informasi, serta memberi layanan optimal kepada warga masyarakat. Isi siaran menekankan pada kepentingan publik, kebutuhan dan kegiatan publik. Sementara dalam pandangan *integrasi sosial* setidaknya Radio SS mampu berkontribusi membangun kerekatan warga daripada keretakan warga masyarakat.

SS menjadi fasilitator yang menyuarakan aspirasi warga masyarakat, terutama yang terpinggirkan untuk dikoneksikan

dengan pihak-pihak yang kompeten dalam merespon setiap problematika kehidupan dalam usaha mencari solusi bersama. Setiap masalah tidak selau menemukan solusi atau kesepakatan bersama, minimal mencapai apa yang disebut derajat kesamaan pemahaman bersama. Seperti forum diskusi interaktif membuka wacana yang lebih cerdas pada publik pendengarnya, sekaligus bentuk pelayanan media kepada publik yang telah memberi hidup media. Program siaran interaktif yang informatif memberi kejelasan setiap aspek persoalan, sekaligus manfaat bagi publik pendengar dalam mengambil keputusan.

Radio siaran interaktif yang mengandalkan siaran kata menghadirkan informasi cepat dan aktual, karena pendengar adalah sumber kecepatan penyebaran informasi. SS konsisten menerapkan format siaran interaktif yang belakangan muncul implikasi menarik, yaitu menjadi awal timbulnya *rasa saling memiliki* diantara sesama pendengar terhadap keberadaan SS. Publik merasa SS bukan lagi sekedar radio, tetapi menjadi bagian dari ritme kehidupan dan komunitas mereka. Mereka merasa SS sudah menjadi milik warga masyarakat Surabaya dan sekitarnya yang bisa memberi solusi ketika menghadapi persoalan.

Warga masyarakat mana pun dan siapa pun berhak untuk bicara di SS tanpa memandang atribut. SS menjadi semacam medium aktualisasi diri, sehingga setiap orang bisa 'mengudara' ikut memberikan kontribusi pemikiran berupa ide-ide atau

gagasan-gagasan cerdas yang bijaksana atas setiap persoalan di masyarakat. SS tumbuh dan berkembang secara alami mengikuti dinamika warga masyarakat Surabaya dan sekitarnya.

Kekuatan SS pada pendengar (*base on listeners*) yang secara sukarela menjadi 'reporter' bagi sesamanya. Pendengar menjadi bagian dalam sirkulasi produksi dan distribusi isi siaran. Setiap hari, pendengar saling berbagi informasi dalam percakapan 'mengudara' tentang bagaimana berlalu lintas yang tertib, santun di jalan, mematuhi rambu-rambu, dan memerhatikan keselamatan orang lain. Informasi situasi lalu lintas terkini tersampaikan ke publik dengan cepat dan aktual, karena mereka ada dimana-mana.

Ini adalah sebuah aktivitas jurnalistik warga yang berkembang di tengah hiruk pikuk kehidupan warga kota. Jurnalistik warga yang telah menginspirasi berbagai macam orang untuk tidak lagi takut menyuarakan aspirasi. Proposisi teori sebagai pengembangan teori yang ada adalah aktivitas jurnalistik warga memberi ruang ekspresi dan mendorong penguatan informasi oleh warga dan untuk warga.

SS sudah menjadi *media minded* warga masyarakat Surabaya. Setiap terjadi kejadian di jalan, SS menjadi 'polisi' pertama atas laporan peristiwa dari para pendengarnya. Radio ini menjadi bagian dalam ritual aktivitas mereka berkendara untuk mengetahui situasi dan kondisi lalu lintas yang akan mereka lewati. Senada dengan pandangan Mark Poster (baca Littlejohn &

Foss, 2009: 414) bahwa media sebagai *integrasi sosial* yang menggambarkan media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya saja, tetapi dalam *bentuk ritual*, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara membangun masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrumen informasi, tetapi *menyatukan manusia* dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi *rasa saling memiliki*.

Manusia menggunakan media sebagai sebuah ritual diri atau bersama yang memiliki makna dalam dari ritual itu sendiri. Media diritualkan karena media menjadi kebiasaan, sesuatu yang formal, dan memiliki nilai yang lebih besar dari penggunaan media itu sendiri. Manusia dalam realitanya tidak terlalu banyak berinteraksi dengan orang lain, sehingga menurut pandangan integrasi sosial, interaksi bukanlah komponen penting dalam integrasi sosial melalui ritual kecuali dengan media itu sendiri.

Mencermati media yang sudah pada taraf seperti ini, merupakan sebuah kontribusi positif untuk kohesivitas yang diharapkan dari komunikasi modern. Media massa secara potensial mempunyai kekuatan bagi berbagai usaha-usaha kohesif (menyatukan) yang mampu menghubungkan individu-individu dalam usaha saling berbagi pengalaman dan informasi mencerdaskan. Pola komunikasi horisontal menjadikan partisipan komunikasi media setara, sekaligus sebagai bentuk *silaturrahim horisontal*.

Praktik rutinitas siaran SS 24 jam dengan melakukan pola komunikasi percakapan (*conversation pattern of communication*), melibatkan dialog antara penyiar dan pendengar yang 'mengudara' seperti terjadi dalam komunikasi interpersonal. Sehingga hal ini menjadikan mereka partisipan siaran yang andil dalam memproduksi, mengontrol dan distribusi informasi. Sebaliknya, dalam pola komunikasi transmisi (*transmission*) murni, informasinya secara terpusat diproduksi dan distribusinya dikontrol oleh media.

Sisi lain yang menarik, SS juga menjadi tempat dimana orang bisa berkeluh kesah atas persoalan hidup terutama menyangkut publik dan lembaga layanan publik. Kritikan, keluhan, dan informasi sekecil apa pun dari pendengar, SS meneruskan dengan cepat ke lembaga-lembaga yang kompeten untuk merespon dengan segera. SS ikut menjadi saluran aspirasi warga masyarakat agar pemerintah mendengar dan memperhatikan suara mereka, sekaligus 'mempertemukan diudara' dalam merespon problematika kehidupan masyarakat sebagai usaha membangun titik temu atau pemahaman bersama.

SS menampung, menyalurkan dan memonitor setiap persoalan yang dilaporkan warga masyarakat, serta memonitor perkembangan tindakan solusi dari instansi berwenang yang berkompoten menyelesaikan, hasilnya kemudian disiarkan kembali ke publik. Inilah bentuk peran media sebagai mediator

dan fasilitator. Peran media mencarikan titik temu antara pendengar dengan pihak-pihak terkait dalam merespon setiap persoalan. Proses menuju titik temu bersama (*mutual*) melalui medium media tentu saja cenderung lebih sulit serta menghadapi *noise* lebih besar daripada ketika terjadi secara tatamuka. Sifat radio siaran yang sekilas, cepat, terbatas tidak bisa mengetahui ekspresi fisik, dan bergantung teknologi adalah beberapa faktor kendala penentu sukses tidaknya komunikasi interaktif di media.

Implikasi teoritik yang bisa dipaparkan dalam penelitian ini adalah proses menuju titik temu merupakan bentuk konvergensi komunikasi yang melibatkan pendengar sebagai partisipan aktif menggunakan sarana komunikasi (telepon, *sms*, *e-mail*, media daring, media sosial) sebagai sebuah gerakan menuju satu titik terhadap narasumber, terhadap daya tarik umum, dan terhadap kesamaan. Namun, hal ini tidak pernah akan mencapai kesamaan makna yang persis, yang ada hanya derajat kesamaan pemahaman.

Usaha media siaran menjadi medium yang memfasilitasi proses komunikasi interaktif patut diapresiasi dalam upaya mendekati sifat interaktif sesungguhnya, seperti dalam komunikasi tatap muka saling memberi dan menerima informasi. Hal ini sesuai dengan perspektif dalam konvergensi komunikasi antarpribadi dari D. Lawrence Kincaid (lihat Littlejohn dan Foss, 2009: 188; McQuail dan Windahl, 1993: 35), dengan interaktif akan terjadi pertukaran informasi, dialog dalam konteks menjelaskan

kebingungan informasi serta memperoleh umpan balik sebagai koreksi atau evaluasi.

Dalam kajian keradioan, siaran interaktif menciptakan interaksi, interaksi menciptakan kedekatan radio dengan pendengar, dan menciptakan loyalitas. Interaksi tidak saja melalui sarana komunikasi, tetapi juga dilakukan dalam bentuk jumpa darat, melalui kegiatan *off air* yang semuanya ini menunjukkan kepercayaan publik terhadap media.

SS yang telah mempraktikkan siaran interaktif sebenarnya menekankan kembali hubungan saling ketergantungan dalam dimensi konstitutif interaksi sosial dan aspek komunikatif. Interaksi yang merujuk pada hubungan antara media dan lembaga lain dalam struktur sosial. Sehingga memperkuat tesis Jensen (2010:55) yang menyatakan media interaktif bisa menghadirkan peran sebagai *watchdog* atau kekuatan konstitutif keempat sebuah forum budaya.

Proses interaktif terjadi melalui aktivitas simultan, dimana semua pihak menjadi partisipan untuk mencapai titik temu (*mutual*) pemahaman atau tujuan yang sama. Setiap partisipan bisa saling menginterupsi satu sama lain, sehingga tujuan dari pola komunikasi percakapan di media disepakati bersama. Dijk (2004:147) menegaskan interaktivitas adalah sebuah sekuen dari tindakan dan reaksi, sementara bagi Jensen (dalam Dijk, 2004:147) interaktivitas adalah sebuah konsep *mediated communication*.

Interaktivitas adalah hal yang mendasar dari kemungkinan menetapkan komunikasi multi-arah dalam derajat sinkronisasi dimensi waktu. Sekuen tindakan dan reaksi yang tidak berhenti biasanya meningkatkan kualitas interaksi itu sendiri. Dalam media interaktif usaha-usaha meningkatkan kualitas interaksi dengan menyinkronkan pemahaman bersama ketika saling memproduksi teks, menerima dan memaknainya dalam konteks yang sama oleh semua pihak yang terlibat. Sementara, tipe interaksinya bersifat *mediated quasi-interaction*.

Media berbasis lokal yang memiliki kepedulian dan keberpihakan pada kepentingan publik mendapatkan kekuatan dan kemandirian berkat ikatan emosional dengan komunitas atau kota yang mereka layani. Sebagian besar pengalaman pendengar sebenarnya lebih bersifat personal, berskala kecil, dan terintegrasi ke dalam kehidupan sosial dengan cara yang akrab sesuai konteks budaya lokal. Interaksi yang akrab terbentuk dalam penggunaan media membantu mereka dalam kehidupan sehari-hari.

Media yang tumbuh dan menjadi kekuatan publik tidak semata mendasarkan pada format terstandar yang berakar dari tradisi *logika media* atau pola aturan baku media. Seperti *programming*, gagasan selera dan kesukaan khalayak, dan tekanan waktu atau ruang, yang semuanya menggambarkan 'cara' melihat dan menafsirkan masalah sosial menurut perspektif sepihak media. Namun, media mampu menjadi model alternatif sebagai lembaga

konfirmasi informasi untuk kejelasan informasi dalam pengambilan keputusan yang memberi manfaat. Publik merasa terlibat, bebas dan tidak merasa dimanipulasi kekuatan di luar dirinya, dan media memberi ruang mereka bicara dan gagasan terbaik lah yang diambil pihak yang kompeten. Sementara bagi media banyaknya penghargaan yang telah diterima dari berbagai pihak mulai profesi, lembaga, dan pendidikan membuktikan adanya pengakuan pihak eksternal terhadap SS atas kontribusi dan dedikasinya pada masyarakat Surabaya dan sekitarnya.

# **BAB XII**

# **SIMPULAN DAN**

# **SARAN**

# BAB XII

## SIMPULAN DAN SARAN

### 12. 1. Simpulan Umum

12.1.1 Saat negara mendominasi ruang publik di era Orde Baru, radio swasta hanya dapat menjadi sarana hiburan. Kehadirannya hanya untuk memenuhi fungsi psikologis pendengarnya memperoleh kesenangan. Dampaknya, radio swasta sulit mengembangkan karakteristiknya yang khas sebagai media yang membuat masyarakat *well-informed* terhadap lingkungannya. Radio swasta hanya sekedar berfungsi sebagai media hiburan dan media persuasi komersial, yang hanya memerhatikan unsur bisnis semata agar bisa bertahan hidup. Fungsi kontrol sosial tidak bisa dijalankan karena praktik represif rezim terhadap media massa.

12.1.2 Bersamaan dengan berakhirnya otoritarianisme Orde Baru, radio siaran swasta dapat menghadirkan diri secara lengkap sebagai institusi sosial dan forum yang memberikan makna dalam kehidupan publik dan kultural. Radio siaran swasta menjadi institusi dalam masyarakat sipil yang berorientasi kepada kepentingan publik.

- 12.1.3 Keberadaan media siaran awalnya lebih bersifat linier (saluran penyebaran informasi searah, indoktrinatif, penyuluhan) dalam perkembangannya telah menjadi model komunikasi yang 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.
- 12.1.4 Media terintegrasi ke dalam kehidupan sosial warganya dalam *social setting* masing-masing. Sementara realitas isi siaran (Program Kelana Kota) digunakan dan diinterpretasi dalam rutinitas keseharian dalam tindakan sosial mereka. Melalui nilai-nilai, gagasan, dan ketertarikannya mereka ketika mendengarkan dan ikut dalam kontribusi informasi sesuai dengan konteks sosial komunitas yang berbeda-beda.
- 12.1.5 Isi siaran yang berorientasi kepada kepentingan publik lebih mengedepankan kepada apa yang publik butuhkan dan inginkan sebagai warga masyarakat biasa (*citizens*) 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.

12.1.6 Media massa berkembang kondusif bila ditunjang iklim kebebasan pers (*freedom of the press*) yang menjamin setiap warga bebas berekspresi menyampaikan aspirasi dan harapan-harapannya kepada penguasa. Kebebasan pers merupakan hak dasar bagi warga masyarakat dalam konteks hak warga dalam kehidupan publik, dimana kehidupan publik ini merupakan ruang yang di dalamnya warga masyarakat dapat ikut ambil bagian dalam kehidupan negara, pasar, dan masyarakat.

12.1.7 Kesadaran dan penghayatan pelaku media atas kebebasan pers ini membawa konsekuensi terhadap informasi yang disampaikan melalui aktifitas jurnalisme. Informasi jurnalisme merupakan basis dalam kehidupan publik agar warga masyarakat dalam ikut ambil bagian dalam proses demokratisasi kehidupan negara.

12.1.8 Radio siaran menjadi salah satu institusi masyarakat yang memiliki kecepatan tinggi dalam menyiarkan informasi, dengan jangkauan luas, menyangkut sejumlah besar (relatif) pendengar dan seketika. Oleh karena itu, pengelola radio siaran swasta sebagai pelaku sosial juga melaksanakan *public service broadcasting* melalui program-

program pelayanan publik. Harapan inilah yang memformat program acara yang dijalankan sesuai dengan kebutuhan warga masyarakat serta membawa manfaat mencerahkan publiknya.

## **12.2. Simpulan Khusus (Temuan Penelitian)**

12.2.1 Radio SS menjadi sebuah media informasi interaktif karena interaktif memiliki keunikan dibanding radio lain. Disamping itu, sejak awal SS ingin menjadi radio berita atau jurnalistik di Indonesia yang menekankan '*platform*'nya pada publik, kebutuhan dan kegiatan publik, serta informasi *traffic*. Siaran interaktif bukan *grand design* sejak awal, tetapi sifatnya spontan atas banyaknya laporan pendengar pada waktu musibah Surabaya banjir di tahun 1994. Format interaktif diterapkan untuk memenuhi keinginan pendengar berbagi informasi dan pengalaman. Pendengar sebagai sumber informasi mampu menghadirkan keadaan sebenarnya, karena mereka sendiri yang melaporkan peristiwa dan kejadiannya. Siaran interaktif memberi ruang kepada publik, dan menginspirasi warga masyarakat agar tidak lagi takut menyuarakan aspirasi.

Siaran interaktif SS berbasis berita, dalam operasionalnya secara kreatif berhasil menyikapi rezim otoritarianisme

Orde Baru yang represif terhadap media. Dalih kreatif SS sesuai visinya yaitu tidak membuat produk berita, melainkan memberikan informasi yang bukan warta berita. Informasi memiliki arti ringan, sekedar ingin memberi manfaat kepada para pendengar.

12.2.2. Karakteristik pendengar Radio SS adalah setia, solid (kompak) dan kritis yang 'dipersatukan' dalam interaksi melalui Program Kelana Kota, khususnya segmen *traffic report*. Mereka merasa SS menjadi milik bersama sebagai media yang bisa menjadi saluran aspirasi agar diperhatikan penguasa. Pendengarnya kritis, dimana mereka adalah orang-orang yang suka memberi gagasan-gagasan cerdas manakala menghadapi masalah yang menjadi sorotan publik, dan selalu memberi alternatif solusi bagi sesama untuk kepentingan dan kebaikan publik. Pendengar SS sering membuat gentar lembaga layanan publik di Surabaya manakala ada yang tidak beres dalam kinerja layanannya ke publik. Pendengar SS mengakar dalam konteks kultur "*arek Suroboyo*" yang terbuka dan egaliter, sehingga ikut andil dalam memberi kekuatan, kemandirian dan membesarkan SS sebagai media lokal berkat ikatan emosional dengan komunitas atau kota yang mereka layani. Di sisi lain, terdapat kelemahan dalam kualitas interaktif dengan pendengar yaitu penyiar kurang kritis dan menguasai

materi, terdengar ketika mereka siaran teknik *announcing* dan *interview* yang kurang bagus (Bab IX). Sementara, karakteristik pengakses laman [suarasurabaya.net](http://suarasurabaya.net) sebenarnya merupakan pendengar *on-air* SS yang sebagian karena jarak tidak bisa mendengarkan secara *on-air*, termasuk ketika sulit menghubungi nomor telepon SS kecuali melalui media online.

12.2.3. Pendengar memanfaatkan SS sebagai sumber informasi lalu lintas yang cepat dan aktual, referensi untuk memperoleh kepastian informasi dalam mengambil keputusan, dan tempat mendapatkan solusi problematika kehidupan warga. Bagi warga masyarakat Surabaya dan sekitarnya SS menjadi lembaga konfirmasi informasi yang bermanfaat, SS menjadi mata dan telinga warga Surabaya dan sekitarnya. Dikturnya, '*apa pun bisa di SS-kan*' dan '*untung ada SS*'. SS menjadi medium 'mempertemukan' pemerintah dengan warga masyarakat biasa. Bagi pemerintah kota dan provinsi menggunakan SS untuk mempromosikan diri program dan kebijakannya, sekaligus untuk monitoring dan mengetahui apa yang terjadi dalam masyarakat. Termasuk untuk sosialisasi kebijakan secara menyeluruh.

12.2.4. SS membangun kesadaran partisipasi publik terhadap kegiatan-kegiatan yang menyangkut kepentingan publik dengan melihat potensi alami para pendengarnya. SS

awalnya tidak mempunyai konsep sebagai radio yang bisa menciptakan keterlibatan publik untuk kepentingan publik, hanya ketika melihat potensi pendengar yang secara sukarela bersedia berbagi informasi dan pengalaman menjadi langkah awal SS memberdayakannya. Potensi para pendengar mempunyai kepedulian yang sangat tinggi terhadap sesama warga Surabaya. Para pendengar SS ternyata berani dan cerdas untuk memberikan gagasan-gagasan mereka, dan menempatkan SS sebagai mediator publik. Bahkan beberapa pendengar melakukan *keterlibatan* dalam tindakan sosial konkret, ikut menggagalkan pencurian mobil hanya melalui sarana telepon dan *tuning-in* siaran *on air* SS.

12.2.5. SS menjadi lembaga interaksi sosial di ruang publik dengan memfasilitasi interaksi berbagai kepentingan tanpa memandang kedudukan seseorang, seperti kepentingan warga masyarakat biasa, pemerintah, korporasi, dan beragam instansi lain. Semangat keterbukaan komunikasi, pelayanan, dan demokratisasi ruang publik yang otonom dan bebas dari intervensi pemerintah. SS menjaga netralitas, yang ada hanya untuk kepentingan publik dan kebaikan publik.

SS tidak menerapkan sikap oposisi terhadap lembaga-lembaga yang dikeluhkan para pendengar, tetapi

mendorong pendengar untuk berani berbicara jujur, lugas, dan terus terang dengan filosofi untuk menjadi lebih baik dikemudian hari. Sekaligus sebagai medium dalam memberikan *keteladanan*, tempat orang *mencari apa saja* dari mulai barang sampai *nilai-nilai*. Sehingga setidaknya menjadi *inspiring* radio bagi publiknya. Inilah keniscayaan radio siaran sebagai medium interaksi di ruang publik.

12.2.6. Partisipasi pendengar dalam sistem produksi konten media informasi interaktif menempatkan pendengar sebagai kunci kecepatan informasi. Pendengar menjadi aktor-aktor penting dan menentukan dalam siaran interaktif. Tindakan sosial warga melaporkan peristiwa atau kejadian merupakan bentuk *citizen journalism* dengan kecepatan *live report on the spot* dan prinsip *the news that you can use*. Pendengar saling bertukar informasi lalu lintas untuk mengetahui situasi jalan yang akan dilewati. SS menempatkan pendengar sebagai 'reporter' awal untuk *straight-news*, *breaking news*, dan *informasi aktual*, sementara reporter SS menggarap kedalamannya dengan *indepth news* atas laporan pendengar.

Laporan pendengar sebagai bentuk jurnalistik warga yang memberi ruang ekspresi dan mendorong penguatan informasi oleh warga, untuk warga. Jurnalistik warga menjadi kekuatan SS dalam sistem produksi konten siaran,

dan menjadikan konvergensi siaran sebagai *platform* produksi siaran dan bisnis radio. *News* yang dipraktikkan SS bukan dalam pengertian warta berita, tetapi jurnalistik. Suatu aktifitas produksi informasi (melihat, mendengar dan melaporkan) yang melibatkan pendengar. Pendengar diberi kesempatan berbicara seperti halnya mereka mendengar. Sehingga dengan prinsip ini publik pendengar merasa diperhatikan, didengar, dihargai aspirasinya sebagai warga yang mempunyai hak bicara.

Pendengar tidak pernah berkeberatan atas pulsa telepon yang dipakai, karena bertelepon ke SS dianggapnya sebagai bagian dari kepedulian membantu orang lain yang membutuhkan kepastian informasi. Mereka saling memberi informasi dan solusi ketika kesulitan dihadapi sesamanya.

12.2.7. 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. Laman [www.suarasurabaya.net](http://www.suarasurabaya.net) berfungsi sepenuhnya untuk mendukung isi program siaran radio SS FM 100. SS

mengubah media siaran pola transmisi komunikasi satu arah menjadi pola percakapan (*talk*) dalam konteks kultural yang dinamis warga masyarakat Kota Surabaya. Di sisi lain, dalam manajemen isi siaran masih terdapat kelemahan SS dalam menjaga netralitas siaran (Bab VI dan Bab IX), serta dalam menentukan topik-topik siaran masih lebih banyak dominan ke insting penyiar (Bab IX) untuk menciptakan daya tarik siaran yang mampu menimbulkan partisipasi diskusi pendengar.

Partisipasi pendengar sebagai sumber dan pemasok informasi untuk sesama pendengar, melahirkan 'reporter' jalanan. Menariknya, pendengar tidak pernah mendapatkan teknik pelaporan jurnalistik radio. Mereka umumnya belajar melaporkan informasi dengan mendengarkan laporan reporter ketika melaporkan, atau mendengarkan pendengar yang sudah terbiasa melaporkan informasi ke SS secara *on-air*.

12.2.8. SS dalam awal siarannya menyiasati regulasi siaran Orde Baru yang represif, yaitu tidak membuat warta berita tetapi informasi. Hal ini dilakukan karena Departemen Penerangan melarang radio swasta membuat dan menyiarkan warta berita, kecuali RRI. Regulasi penyiaran yang mengintegrasikan dengan internet (interaktif) belum tercakup dalam undang-undang penyiaran, tetapi

praktiknya sudah banyak media konvensional yang menggabungkan versi *on-air* dengan *on-line*. Karena mudahnya lembaga siaran atau individu memiliki domain di internet. Di samping itu, masih lemahnya peran pemerintah daerah dan KPID sebagai lembaga negara dalam menegakkan hukum untuk melindungi media siaran legal dari yang ilegal membiarkan siaran yang menggunakan ranah publik Radio legal perlu mendapat perlindungan pemerintah dengan menertibkan dan penindakan tegas media siaran tak berizin sesuai UU. Hal ini berimplikasi pada praktik-praktik *dumping* iklan radio di daerah, karena belum adanya standar atau pedoman penentuan tarif iklan radio siaran swasta komersial dari lembaga pemerintah atau asosiasi.

### **12.3. Saran-Saran**

#### **12.3.1. Saran dalam Aspek Keilmuan**

12.3.1.1 Media massa saat ini telah masuk dalam era digital, dan era konvergensi media dengan dukungan teknologi internet, terestrial dan satelit. Perkembangan ini secara konseptual teoritis membutuhkan kajian serius dari disiplin Ilmu Komunikasi di masa depan, agar tidak terpaku pada konsep teoritik yang sudah ketinggalan jaman. Karena sudah tidak sesuai lagi dengan perkembangan teknologi komunikasi serta teori-teori komunikasi massa yang bersifat linier. Sementara

media telah masuk pada ruang publik (termasuk ruang publik maya) sebenarnya dengan mengadopsi prinsip-prinsip komunikasi antar persona dalam apa yang disebutnya *user interface* yang lebih interaktif.

Misalnya, dalam bidang jurnalistik saat ini orientasi pada partisipasi warga lebih menonjol, dimana kisah cerita didesain untuk menciptakan percakapan seputar topik berita. Sehingga cerita atau kisah itu lebih hadir (bagaimana *audience* 'merasakan' orang dibalik berita), dekat, bersahabat (kemauan untuk menerima masukan dari warga atas cerita), informal, dan sifat interaktifitas (bagaimana/ apakah seorang jurnalis mendapat nilai tambah dari situs ketika melibatkan *audience*).

*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. Perspektif konstruktivis atau fenomenologi dengan etnografi media menjadi alternatif menarik untuk mengeksplorasinya, dengan memfokuskan pada investigasi interaksi ketika memproduksi konten, dan interaksi yang direpresentasikan dalam situs media dengan model *user generated content*. Di samping itu, kontribusi utama dari tradisi

sosiokultural adalah untuk menangkap hasil-hasil sosial dan budaya yang besar dari interaksi masyarakat dan media.

### **12.3.2 Saran Praktis**

- 12.3.2.1 Masih dijumpainya radio siaran tak berizin (Bab X) di daerah, namun melakukan siaran. Maka perlu adanya perlindungan bagi pelaku media sebagai pembayar pajak dari praktik bisnis kotor radio tak berizin/ ilegal dalam bentuk penertiban dan penindakan yang tegas oleh negara (KPID) dan pemerintah (Kemenkominfo atau aparat) di daerah sesuai UU Penyiaran dan Telekomunikasi agar tidak merugikan operasional radio yang sudah berizin tetapi masih sulit mendapatkan iklan, karena tersaingi oleh kompetitor radio tak berizin tetapi menerima iklan.
- 12.3.2.2 Regulasi penyiaran belum mengatur media siaran yang mengintegrasikan dengan internet (Bab X) – konvergensi media. Oleh karena itu, perlu adanya penyempurnaan produk-produk hukum tentang penyiaran seperti Undang-Undang Penyiaran, Undang-Undang Telekomunikasi, dan undang-undang lainnya berikut turunannya guna antisipasi perkembangan konvergensi media yang lebih interaktif dan personal bagi penggunaannya.
- 12.3.2.3 Perlunya media siaran swasta nasional membuat standar atau pedoman penentuan tarif iklan secara nasional (bisa oleh asosiasi, dan atau pemerintah) untuk menghindari terjadinya praktik-praktik *dumping* iklan industri radio di daerah yang

sangat merugikan radio yang lemah, dan yang terpenting agar tidak terjadi kesenjangan pendapatan iklan antara radio siaran di Jakarta dengan di daerah (Bab III). Hal ini dilakukan agar industri radio penyiaran tetap prospek di masa depan.

12.3.2.4 Radio SS perlu menjaga prinsip netralitas (Bab VI dan Bab IX) dalam manajemen siaran interaktif dengan menyampaikan pesan ke pendengar apa adanya, tidak dikurangi dan tidak ditambah. Sekalipun tidak mudah bagi media untuk bersikap netral, tetapi media tetap harus mencoba untuk netral. Hanya bersikap netral media bisa berfungsi sebagai mediator yang baik bagi banyak kepentingan publik.

12.3.2.5 Radio SS perlu menjaga dan meningkatkan kualitas interaktifnya dengan pendengar dengan memperbaiki teknik *announcing* guna mendukung kebetahan kenyamanan mendengarkan, penyiar harus menguasai materi (wawasan dan pengetahuan luas) yang sedang didiskusikan, kritis dan tuntas dalam menyelesaikan keluhan publik ke pihak terkait, serta masyarakat mendapat *update* status penyelesaiannya (Bab IX). Di samping itu, perlunya konsistensi menjaga sikap empati dan kepekaan penyiar (ketika mengudara) dan tim *gatekeeper* pada persoalan yang sedang dihadapi publik, agar publik diperhatikan dan terbantu menemukan solusinya. Solusi bisa dari siapa pun mengingat kekuatan SS ada pada pendengar dan narasumber. Guna meningkatkan manajemen keradioan, SDM yang ada perlu terus mendapat pelatihan-pelatihan kompetensi atau melanjutkan pendidikan ke jenjang lebih tinggi sesuai kompetensinya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akhudiat. 2008. *Masuk Kampung Keluar Kampung. Surabaya Kilas Balik*. Surabaya: Henk Publica.
- Anwar, Yesmil dan Adang. 2013. *Sosiologi Untuk Universitas*. Bandung: Refika Aditama.
- Arifin, Anwar. 2011. *Sistem Komunikasi Indonesia*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin BH dan Emka, Zainal Arifin. (editor). 2010. *Suara Surabaya Bukan Radio*. Surabaya: Suara Surabaya.
- Arifin, Eva. 2010. *Broadcasting: to be Broadcaster*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Astuti, Santi Indra. 2008. *Jurnalisme Radio: Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bagdikian, Ben. 2003. *The Media Monopoly*. New York: Longman
- Baran, Stanley J & Dennis K. Davis. 2010. *Teori Komunikasi Massa, Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan*, Edisi 5. Terjemahan Afrianto Daud dan Putri Iva Izzati. Jakarta: Salemba Humanika.
- Brandt, Torben & Sasono, Eric & Gunawan, Arya. 2001. *Jurnalisme Radio: Sebuah Panduan Praktis*. Jakarta: UNESCO dan Kedutaan Besar Denmark di Jakarta.

- Cangara, Hafied. 2009. *Komunikasi Politik. Konsep, Teori dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Chung, Deborah S & Nah, Seungahn. 2009. The Effects of Interactive News Presentation on Perceived User Satisfaction of Online Community Newspapers. *Journal of Computer Mediated Communication*. Vol.14, Issue 4. hlm. 855-874. ICA
- Coleman, Stephen & Karena Ross. 2010. *The Media and The Public, "Them" and "Us" in Media Discourse*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- 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.
- Denzin, Norman K & Lincoln, Yvonna S. (2009) *Handbook of Qualitative Research*. (terjemahan). Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Dijk, Jan Van. 2006. *The Network Society; Social Aspects of New Media*. 2<sup>nd</sup> edition. London: SAGE Publications Ltd.
- , Jan Van. 2004. *The SAGE Handbook of Media Studies*. Editor-in-Chief, John D.H. Downing. Associate Editors; Dennis McQuail, Philip Schlesinger, Ellen Wartella. California: SAGE.

- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Cetakan III. Bandung: PT.Citra Aditya Bakti.
- Everett, Anna and Caldwell, John T. 2003. *New Media: Theories and Practices of Digitextuality*. New York: Routledge.
- Grossberg, Lawrence; Ellen Wartella & D. Charles Whitney. 1998. *Media Making: Mass Media in A Popular Culture*. California: SAGE Publications Inc.
- Hagen, Ingunn dan Wasko, Janet. editor. 2000. *Introduction: Consuming Audiences? Production and Reception in Media Research*. New Jersey: Hampton Press, Inc.
- Holmes, David. 2012. *Teori Komunikasi: Media, Teknologi, dan Masyarakat*. Terjemahan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- , David. 2005. *Communication Theory: Media, Technology, and Society*. London: SAGE Publications.
- Jensen, Klaus Bruhn. 2003. *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London: Routledge.
- , Jens Frederik. 1998. *Interactivity: Tracking a New Concept in Media and Communication Studies*. Nordicom Review. Vol 19. No.1. 1998. hlm.185-204. Nordicom, Goterborgs Universitet.
- , Jens Frederik. 1998. *Communication Research after The Mediasaurus? Digital Convergence, Digital Divergence*. Nordicom Review. Vol.19. No. 1 1998. hlm 39-52. Nordicom, Goterborgs Universitet.

- Johnson, C. 2001. "Local Democracy, Democratic Decentralization and Rural Development: *Theories, Challenges and Options for Policy*," in *Development Policy Review*, 2001, vol. 19, no. 4, hlm 521-532.
- Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat. 2013. *Kedaulatan Frekuensi; Regulasi Penyiaran, KPI, dan Konvergensi Media*. Jakarta: Kompas.
- Kushendrawati, Selu Margaretha. 2011. *Hiperrealitas dan Ruang Publik: Sebuah Analisis Cultural Studies*. Jakarta: Penaku.
- LaRose, Robert. 2010. The Problem of Media Habits. Dalam Jurnal *Communication Theory*, Vol 20 Mei 2010: hlm. 194. Boston: International Communication Association.
- Lewis, Jeff. 2002. *Cultural Studies – The Basics*. London: SAGE Publications, Inc.
- Lim, Jeongsub. 2010. *Convergence of Attention and Prominence Dimensions of Salience among Major Online Newspapers*. Journal of Computer-Mediated Communication. Vol.15. Issue 2. Hlm 293-313. ICA
- Littlejohn, Stephen W., and Foss, Karen A. 2009. *Teori Komunikasi. Theories of Human Communication*. Terjemahan. Mohammad Yusuf Hamdan. Jakarta: Salemba Humanika.
- Lorimer, Rowland. 1994. *Mass Communications: A Comparative Introduction*. Manchester, UK: Manchester University Press.

- Margot van der Goot, Johannes W. J. Beentjes & Martine van Selm. 2004. Elderly People's Media Use in Context of Personal Meaning. Dalam Renckstorf, Karsten; McQuail, Denis; Rosenbaum, Judith E; Schaap, Gabi. (penyunting). *"Action Theory and Communication Research, Recent Developments in Europe. Communication Monograph Vol 3"*, hlm. 163-177. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Masduki. 2003. *Radio Siaran dan Demokratisasi*. Yogyakarta: Jendela.
- , 2004. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta: Pustaka Populer LkiS.
- Mc. Millan, Sally J. 2006. Exploring Models of Interactivity from Multiple Research Traditions: Users, Documents and Systems. Dalam Lievrouw dan Livingstone. *The Handbook of New Media*. London: SAGE
- McQuail, Denis. 1997. *Mass Communication Theory*. 3<sup>th</sup> edition. London: SAGE Publications, Inc.
- , Denis. 1997. *Audience Analysis*. London. SAGE Publications, Inc.
- , Denis. 2010. *McQuail's Mass Communication Theory*. 6<sup>th</sup> edition. London: SAGE Publications, Inc.
- , Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa Mcquail*. Terjemahan Putri Iva Izzati. Jakarta: Salemba Humanika.

- , Denis., and Windahl, Sven. 1993. *Communications Models for The Study of Mass Communications*. 2<sup>nd</sup> edition. London: Longman Group UK Limited
- Merton, Robert K. 1967. *Social Theory and Social Structure*. New York: The Free Press.
- Miles, Matthe. B., dan Huberman, A. Michael. 1992. *Analisis Data Kualitatif, Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta: Erlangga.
- Neuman, W. Lawrence. 2000. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Needham Height MA : Allyn & Bacon.
- Oetama, Jacob. 2001. *Pers Indonesia Berkomunikasi dalam Masyarakat Tidak Tulus*. Jakarta: Percetakan PT. Gramedia.
- Panjaitan, Hinca & Siregar, Amir Effendi (editor). 2003. *Membangun Sistem Penyiaran yang Demokratis*. Jakarta: USAID.
- Pavlik, John V and Shawn McIntosh. 2004. *Converging Media, An Introduction to Mass Communication*. Boston : Pearson Education, Inc.
- Ratna, Nyoman Kutha. 2009. *Teori, Metode, dan Teknik Penelitian Sastra*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Rogers, E.M. 1986. *Communication Technology*. New York: Free Press.

- Satori, Djam'an dan Komariah, Aan. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Severin, Werner J and James W. Tankard. 2001. *Communication Theories; Origin, Methods, and Uses in the Mass Media*. Fifth Edition. University of Texas at Austin: Addison Wesley Longman Inc.
- Street, John. 2001. *Mass Media, Politics and Society*. New York: Palgrave.
- Syahputra, Iswandi. 2013. *Rezim Media: Pergulatan Demokrasi, Jurnalisme, dan Infotainment dalam Industri Televisi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Tolson, Andrew. 2006. *Media Talk: Spoken Discourse on TV and Radio*. Edinburg: Edinburgh University Press.
- Tim LSPP. 2005. *Media Sadar Publik: Media Lokal Mewartakan Korupsi dan Pelayanan Publik*. Jakarta: LSPP dan Open Society Institute.
- Wibowo, Fred. 2012. *Teknik Produksi Program Radio Siaran*. Buku I *Mengenal Medium dan Program Radio Siaran*. Yogyakarta: Grasia Book Publisher.
- Widodo, Imam Dukut. 2002. *Soerabaia Tempo Doeloe*. Dinas Pariwisata Kota Surabaya.
- Yin, Robert. 2009. *Studi Kasus; Desain & Metode*. Terjemahan. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Yusuf, Iwan Awaludin. 2011. Media Lokal dalam Konstelasi Komunikasi Politik di Daerah. Dalam *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Volume 14, No 3, Maret 2011, hlm. 321-340. Yogyakarta: Fisipol UGM.

### **Tesis dan Disertasi**

Rachmiate, Atie. 2005. *Keberadaan Radio Komunitas Sebagai Eskalasi Demokratisasi Komunikasi Pada Komunitas Pedesaan Di Kecamatan Cisewu Dan Wanayasa*. Disertasi (Tidak dipublikasikan). Bandung: Unpad.

Soedarsono, Dewi K. 1999. *Peranan Program Siaran Radio Suara Surabaya FM dalam Perkembangan Opini dan Perilaku Khalayak Pendengar*. Tesis (Tidak dipublikasikan). Bandung: Unpad.

Subiakto, Henri. 2010. *Kontestasi Wacana Tentang Sistem Penyiaran Yang Demokratis Pasca Orde Baru: Analisis Konstruksi Sosial Relasi Negara, Industri Penyiaran, dan Civil Society*. Disertasi (Tidak dipublikasikan). Surabaya: Unair

Tandyono, Danang. 2002. *Pengaruh Kebutuhan Menelpon Interaktif Terhadap Kepuasan Penelpon Radio SS FM*. Tesis (Tidak dipublikasikan). Bandung: Unpad.

Tjahjo, Judy Djoko Wahjono. 2012. *Pengaruh Struktur Acara Serta Jangkauan Siaran Terhadap Struktur Pendengar Dan Kinerja Pada Industri Jasa Radio Siaran Di Wilayah Gerbangkertosusila*. Disertasi (Tidak dipublikasikan). Surabaya: Unair.

# **BIOGRAFI PENULIS**

# BIOGRAFI PENULIS

## Dr.Drs. Ido Prijana Hadi, M.Si



Penulis menempuh pendidikan Program Sarjana (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi Undip, lulus 1993; Program Pascasarjana (S2) Minat Studi Media dan Komunikasi dari Unair, lulus 2007, dan Program Doktor (S3) Program Studi Ilmu

Komunikasi Unpad, lulus 2013. Sejak 2013-2017, dan 2017-2021 penulis sebagai Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi UK Petra. Ketua Koordinator Wilayah Jatim Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM) Periode, 2019-2022. Pengajar matakuliah Filsafat Komunikasi, Metode Penelitian Komunikasi, Teori Komunikasi dan Komunikasi Massa. Termasuk membimbing Skripsi dan penguji tamu Disertasi. Reviewer Jurnal Nasional Terakreditasi: ASPIKOM ([jurnalaspikom.org/index.php/aspikom](http://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom)), Jurnal Nasional Terakreditasi SCRIPTURA ([scriptura.petra.ac.id](http://scriptura.petra.ac.id)), dan Jurnal Nasional Komunikasi Universitas Garut ([journal.uniga.ac.id/index.php/JK/](http://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/)). Penulis juga aktif sebagai *Scientific Committee (reviewer)*: *5<sup>th</sup> World Conference on Media and Mass Communication, 5<sup>th</sup>-7<sup>th</sup> April 2019 Kuala Lumpur, Malaysia*, dan *6<sup>th</sup> World Conference on Media and Mass Communication, 29<sup>th</sup>-*

31<sup>th</sup> October 2020, University of Cagliari, Italy. Penulis juga merupakan anggota *International Communications Association* (ICA), serta sebagai penulis jurnal nasional dan internasional dengan ID Scopus 57212672672; SINTA ID 5999821 dan Google ID SKfSCq0AAAAJ. Alamat e-mail ido@petra.ac.id