

Sejarah dan Tantangan Eksistensi Siaran Radio (Broadcasting) Indonesia di Era Digitalisasi

Winda Kustiawan¹, Arkanuddin Padang², Ramadhani Nanda Amelia³, Rayan Al-Ghazali⁴, Samudra Sugiarto⁵, M. Amirul Fahmi Siregar⁶

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: ¹ rahmadaniananda26@gmail.com, ² samudrasugiarto95mtsn1medan@gmail.com, ³

Fahmisiregarr144@gmail.com

⁴ rayanalghazali26@gmail.com, rubbyantopdg77@gmail.com ⁵.

ABSTRAK

Radio siaran (*broadcasting*) sering disebut sebagai institusi kemasyarakatan seperti media massa pada umumnya. Eksistensi dari radio sendiri sudah mulai terguncang dengan adanya kemudahan dalam akses internet. Menjamurnya portal berita online yang bisa diakses kapan saja dan di mana saja melalui smartphone pribadi membuat radio tidak lagi menjadi alternatif utama dalam sumber penerimaan informasi masyarakat. Artikel ini bertujuan untuk mengulas tentang sejarah siaran radio (*broadcasting*) Indonesia dan Tantangan Eksistensi siaran radio (*broadcasting*) di era digitalisasi. Metode penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Pada pengumpulan data, teknik yang digunakan ialah melalui library research yaitu mengumpulkan data dari literature-literatur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Perkembangan penyiaran radio di Indonesia diawali pada masa pemerintahan Hindia Belanda pada tahun 1925 oleh Prof. Komans dan Dr. De Groot yang berhasil melakukan komunikasi radio dengan menggunakan stasiun relai di Malabar, Jawa Barat. Peristiwa ini kemudian diikuti dengan berdirinya Batavia Radio Vereniging dan NIROM. Penyiaran radio di Indonesia dimulai dengan berkembangnya radio amatir yang menggunakan perangkat pemancar radio sederhana yang mudah dirakit. Tidak selamanya suatu perubahan menjadi tantangan dalam radio mempertahankan eksistensinya, tetapi justru bisa dimanfaatkan sebagai peluang untuk kemajuan teknologi radio yang lebih berguna.

Kata Kunci: Sejarah, Tantangan Eksistensi, Radio Siaran (*Broadcasting*).

ABSTRACT

Radio (broadcasting) is often referred to as a social institution like mass media in general. The existence of radio itself has begun to shake with the ease of internet access. The proliferation of online news portals that can be accessed anytime and anywhere via personal smartphones has made radio no longer the main alternative source of public information reception. This article aims to review the history of radio broadcasting (broadcasting) in Indonesia and the challenges of the existence of radio broadcasting (broadcasting) in the digitalization era. This research method is descriptive qualitative method. In data collection, the technique used is through library research, namely collecting data from the literature. The results of this study indicate that the development of radio broadcasting in Indonesia began during the reign of the Dutch East Indies in 1925 by Prof. Komans and Dr. De Groot who managed to make radio communication using a relay station in Malabar, West Java. This event was followed by the establishment of Batavia Radio Vereniging and NIROM. Radio broadcasting in Indonesia began with the development of amateur radio using simple radio transmitters that were easy to assemble. A change is not always a challenge for radio to maintain its existence, but it can be used as an opportunity to advance more useful radio technology.

Keywords: History, Existence Challenges, Broadcasting Radio.

PENDAHULUAN

Media dan masyarakat adalah dua bagian yang tidak dapat dipisahkan, karena media tumbuh dan berkembang seiring dengan timbulnya kesadaran masyarakat akan pentingnya informasi. Pertumbuhan media massa saat ini sangat cepat, hal ini juga disertai dengan kebutuhan masyarakat akan informasi yang cepat dan akurat. Karena sebuah komunikasi tanpa melalui media dirasa kurang maksimal dikarenakan media bersifat audio dan visual. Radio adalah teknologi yang digunakan untuk mengirimkan sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan juga bisa merambat lewat ruang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium atau pengangkut (Syamsul, 2009 : 21).

Radio juga merupakan salah satu bentuk dari komunikasi massa. Melalui radio suatu komunikasi yang akan disampaikan oleh komunikator kepada khalayak banyak dapat berlangsung dalam waktu yang singkat dan komunikan akan menerima komunikasi secara bersamaan walaupun di tempat yang berbeda. Radio adalah salah satu pilihan media hiburan dan informasi ternyata tidak kalah pamor dengan media cetak maupun elektronik, info kesehatan, teknologi, gaya hidup, info seni dan budaya, berita politik, ekonomi, kriminalitas, agama bahkan gosip artis bisa didengar secara gratis dari subuh hingga tengah malam. Tentunya tidak asing lagi dengan kehadiran media radio dilingkungan sekitar, dikenalkan radio bahkan sejak kecil bahkan ada pula yang dalam kandungan sudah dikenalkan radio (musik sebagai relaksasi bayi dalam kandungan). Radio bisa menjadi teman dimana saja, kapan saja dan apapun yang sedang dilakukan dapat ditemani oleh radio. Di kamar tidur, di ruang makan atau di mobil dengan aktifitas yang bermacam-macam pula seperti tiduran, makan, belajar bahkan sedang bekerja yang membutuhkan konsentrasi bisa ditemani oleh suara radio. Radio merupakan media massa auditif, yakni dikonsumsi telinga atau pendengaran sehingga isi siarannya bersifat sepiantas lalu dan tidak dapat diulang, audience tidak mungkin mengembalikan apa yang sudah dibicarakan oleh penyiar karena bersifat sepiantas saja, karenanya informasi yang disampaikan oleh penyiar radio harus jelas dengan bahasa yang mudah dicerna oleh pendengar (Syamsul, 2009 : 6)

Julian Newbi dalam bukunya *Inside Broadcasting* menyebutkan, radio is the birth of broadcasting (radio adalah anak pertama dunia penyiaran), radio adalah suara. Suara merupakan modal utama terpaan radio ke khalayak dan stimulasi yang dikoneksikan kepadanya oleh khalayak. Secara psikologi suara adalah sensasi yang terpersepsikan ke dalam kemasannya auditif. Pada tahun 1906 seorang promotor yang bernama Lee De Forest yang menciptakan audio tube (alat yang memungkinkan transmisi suara) yang digunakan untuk mengirimkan pesan ke udara (on air). Pada tahun tersebut seorang yang bernama Reginald Fessenden juga menyiarkan beberapa lagu natal dengan menggunakan operator nirkabel di laut lepas Vivian (2008 : 194).

Penyiaran, pada hakikatnya adalah salah satu keterampilan dasar manusia ketika berada pada posisi tidak mampu untuk menciptakannya dan menggunakan pesan secara efektif untuk berkomunikasi. Penyiaran dalam konteks ini adalah alat untuk mendongkrak kapasitas dan efektifitas komunikasi massa Mufid (2010 : 19). Jelaslah bahwa penyiaran merupakan wahana komunikasi massa dasar yang telah terbukti efektifitasnya. Tanpa media komunikasi dasar, manusia tidak mungkin mendistribusikan satu pesan ke banyak penerima secara global. Tanpa perangkat seperti computer, mesin fotokopi, microfilm dan perangkat siar digital lainnya manusia akan sangat terbatas dalam menyampaikan dan menerima pesan Mufid (2010 : 21).

Tentang segmentasi siaran radio di Indonesia, Morissan menuliskan bahwa: Di Indonesia media penyiaran yang sudah sangat tersegmentasi adalah stasiun radio. Berdasarkan riset, stasiun radio di kota besar tidak dapat lagi menjadi media yang bersifat umum yang membidik seluruh lapisan masyarakat. Stasiun di kota besar harus membidik segmen secara terbatas misalnya: kalangan remaja, perempuan, kalangan pembisnis, dan lain-lain. Di kota besar program stasiun radio umumnya sudah tersegmentasi.

Penyiaran merupakan proses kegiatan *point to audience*, yaitu proses pengiriman informasi atau isi pesan dari seseorang atau produsen kepada khalayak melalui proses pemancaran gelombang elektromagnetik atau gelombang yang lebih tinggi, misalnya gelombang

cahaya. Disini, proses ini dapat berupa siaran radio ataupun siaran televisi Di era informasi sekarang ini yang semakin canggih sudah banyak media elektronik yang semakin maju dan berkembang. Sekarang untuk mendapatkan berita, hiburan bahkan berdakwah atau ilmu agama pun dapat dengan mudah di terima melalui televisi, radio dan internet.

Radio Republik Indonesia (RRI) mungkin sangat tidak asing ditelinga kita. Namun sejauh mana pendengar radio di Indonesia mengenal program-program siaran RRI, masih menjadi sebuah tanda tanya besar. RRI mungkin menjadi legent perkembangan industri siaran radio di Indonesia. Mengutip sejarah perkembangan RRI.Menunjukkan bahwa RRI telah mengambil peran dalam sejarah perkembangan bangsa. Secara resmi RRI didirikan pada tanggal 11 september 1945, oleh para tokoh yang sebelumnya aktif mengoprasikan beberapa stasiun radio Jepang di 6 kota. Dalam perkembangannya di tahun 2002, RRI menjadi lembaga Penyiaran Publik Milik Bangsa.Dengan disahkannya Undang-Undang No 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Sesuai pasal 14 Undang-Und ang No 32 Tahun 2002 menegaskan bahwa RRI adalah Lembaga Penyiaran Publik yang bersifat independen, netral dan tidak komersil. Selain itu RRI juga mempunyai fungsi melayani kenutuhan masyarakat.

Dalam dunia jurnalistik, radio merupakan salah satu media komunikasi massa yang memegang peranan penting. Radio menyampaikan pesan dengan cepat dan akurat. Selain itu, radio bersifat personal sehingga setiap pesan dapat dimaknai secara unik, pribadi, customized. Dunia radio sendiri begitu dinamis.Walaupun banyak pihak sempat meramalkan matinya radio karena tergantikan oleh televisi, dalam perkembangannya, radio membuktikan diri telah berhasil bertahan.Radio bahkan terus eksis, bertransformasi menjadi media yang semakin personal.Dan ini membuktikan kekuatan radio untuk mengikat khalayak dengan sentuhan emosional.

Teknologi datang dan menawarkan musik on-demand yang bisa diputar kapan pun dan dimana pun, asalkan terkoneksi dengan jaringan internet. Dengan demikian, radio diprediksi akan ditinggalkan oleh pendengarnya jika tidak mengikuti perkembangan jaman. Setidaknya pemilik stasiun radio saat ini masih bisa bernapas lega. Nielsen Radio Audience Measurement pada kuartal ketiga tahun 2016 menunjukkan bahwa 57% pendengar radio ternyata berasal dari Generasi Z dan millennials. Fakta tersebut memang menjadi berkah sekaligus tantangan bagi pemilik Stasiun Radio. Berkah karena keberadaan teknologi dan millennials seharusnya membuat radio masih bisa bertahan asalkan mengadopsi dua pendekatan tersebut. Menjadi tantangan karena millennials sebagai pasar terbesar memiliki karakter yang mudah sekali ‘bosan’ dan cenderung tidak loyal. Maka dari hal itu Stasiun Radio kini berkonvergensi memiliki jaringan web streaming dengan pemanfaatan jaringan internet kini siaran Radio dapat dinikmati secara daring atau online.

Perkembangan industri penyiaran di Indonesia berkembang pesat, baik secara teknologi hingga perkembangan program siaran. Perkembangan teknologi telah membawa industri radio di Indonesia termasuk us memasuki era digitalisasi.

Maka pentingnya radio mengikuti perkembangan teknologi untuk mempertahankan eksistensi radio sebagai salah satu media massa yang banyak diminati masyarakat. Radio harus memberikan konten baru di era digital pada masa kini agar tak ketinggalan untuk bertahan di jaman new media. Karna perkembangan new media dengan berbagai macam digital konten membuat persaingan semakin ketat banyaknya konten yang menarik untuk mempertahankan eksistensinya dalam era konvergensi media atau era digitalisasi sekarang ini.

Dengan demikian dari uraian di atas maka, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai Bagaimana sejarah perkembangan siaran radio (*broadcasting*) di Indonesia dan Apa saja tantangan yang dihadapi dalam mempertahankan eksistensi radio dari gempuran teknologi/digitalisasi.

METODE PENELITIAN

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah metode library research, yaitu studi kepustakaan. Metode kepustakaan adalah penelitian yang dilakukan dengan cara membaca buku-buku atau majalah dengan sumber data lainnya dalam perpustakaan.. Penelitian (*research*) merupakan rangkaian kegiatan ilmiah dalam rangka pemecahan suatu permasalahan.

Hasil penelitian tidak pernah dimaksudkan sebagai suatu pemecahan (solusi) langsung bagi permasalahan yang dihadapi. karena penelitian merupakan bagian saja dari usaha pemecahan masalah yang lebih besar. Fungsi penelitian adalah mencari penjelasan dan jawaban terhadap permasalahan serta memberikan alternatif bagi kemungkinan yang dapat digunakan untuk pemecahan masalah Anwar (2001: 1).

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dari kegunaan tertentu. Istilah cara ilmiah menunjukkan arti bahwa kegiatan penelitian didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional dalam penelitian adalah bahwa penelitian dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, bukan hasil mediasi. Empiris adalah bahwa kegiatan penelitian dapat diamati oleh indera manusia sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Adapun sistematis adalah bahwa proses yang digunakan dalam penelitian menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis Mahmud (2011 : 23). Penelitian ini termasuk jenis penelitian pustaka (*library research*), yakni penelitian yang obyek kajiannya menggunakan data pustaka berupa buku-buku sebagai sumber datanya Hadi (2002 : 9). Penelitian ini dilakukan dengan membaca, menelaah, dan menganalisis berbagai literatur yang ada, berupa jurnal buku, koran, maupun hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

SEJARAH PENYIARAN RADIO DI INDONESIA

Perkembangan penyiaran radio di Indonesia diawali pada masa pemerintahan Hindia Belanda pada tahun 1925 oleh Prof. Komans dan Dr. De Groot yang berhasil melakukan komunikasi radio dengan menggunakan stasiun relai di Malabar, Jawa Barat. Peristiwa ini kemudian diikuti dengan berdirinya Batavia Radio Vereniging dan NIROM. Penyiaran radio di Indonesia dimulai dengan berkembangnya radio amatir yang menggunakan perangkat pemancar radio sederhana yang mudah dirakit. Tahun 1945, Gunawan berhasil menyiarkan naskah proklamasi kemerdekaan Indonesia dengan menggunakan perangkat pemancar radio sederhana buatan sendiri. Pada tahun 1966, mengudara radio Ampera yang merupakan sarana perjuangan kesatuan-kesatuan aksi dalam perjuangan orde baru. Pada tanggal 11 September 1945, rapat yang dihadiri oleh para tokoh yang sebelumnya aktif mengoperasikan beberapa stasiun radio Jepang sepakat mendirikan Radio Republik Indonesia (RRI). Rapat juga sepakat memilih Dokter Abdulrahman Saleh sebagai pemimpin umum RRI yang pertama.

Sampai tahun 1997/1998 di Indonesia tercatat 878 radio siaran swasta non pemerintah yang komersial, dengan rincian 511 berfrekwensi AM dan 367 berfrekwensi FM. Setelah era reformasi dimulai, demikian tulis Hince IP Pandjaitan dalam makalahnya “Tinjauan dan Kritisi Aspek Hukum Dan Frekwensi Tentang Kebijakan Penyiaran Nasional dan Implikasinya” bahwa sampai dengan tanggal 5 Maret 1999 sudah mencapai 915 buah dengan komposisi 502 berfrekwensi AM dan 413 berfrekwensi FM. Posisi ini berubah pada tanggal 27 Mei 1999 menjadi 930. Pada akhir masa jabatan Habibie (14 Oktober 1999) jumlah radio siaran di Indonesia sudah menembus angka 1070 buah dan RRI 1997/1998 memiliki 53 unit kerja dan hanya 19 buah yang menyelenggarakan siaran selama 24 jam per hari. Jumlah stasiun radio di Indonesia pada tahun 2002 mencapai 1188 stasiun radio, 95% berupa radio siaran swasta/non pemerintah dan 5% radio pemerintah atau RRI. Sekitar 37% dari radio swasta beroperasi pada frekwensi AM dan sisanya 73% pada frekwensi FM. Di kabupaten Kuningan misalnya pada masa ORBA hanya tercatat hanya ada empat radio siaran swasta dengan frekwensi AM. Setelah reformasi sejak 1999 jumlahnya berubah menjadi dua belas dengan peningkatan frekwensi ke FM. Demikian juga terjadi di wilayah kabupaten lain seperti Cirebon dan Indramayu. Ini menunjukkan bahwa minat pendirian radio masih cukup tinggi. Sementara di kota-kota besar seperti Jakarta dan Bandung meningkatkan layanan siarnya dengan menggunakan teknologi satelit dan e-radio dengan tetap memelihara penyiaran konvensional.

SEJARAH PERKEMBANGAN PENYIARAN RADIO DI INDONESIA

Masduki menulis, dalam buku Julian Newby "*Inside Broadcasting*" disebutkan, *radio is the birth of broadcasting* (radio adalah anak pertama dunia penyiaran). Sejarah media penyiaran diawali oleh penemuan teknologi radio. Pada 1895, seorang ahli mesin Italia Guglielmo Marconi memaparkan temuan teknologi komunikasi telegraf yang sekitar 20 tahun kemudian berkembang menjadi teknologi siaran radio. Pada priode antara 1919 sampai dengan 1921 dimulailah eksperimen siaran radio untuk publik Eropa. Hingga 2003 radio telah berumur hampir 110 tahun dan turut mendokumentasi sekaligus memengaruhi berbagai pergeseran ideologi politik-ekonomi dan perubahan global dalam masyarakat Maduski (2005 : 15-16).

Industri penyiaran radio diawali oleh David Sarnoff yang mendirikan perusahaan pembuat pesawat radio sistem AM yang bernama RCA atau Radio Corporation of America. Liputan kegiatan Pemilu pada tahun 1920 oleh Radio KDKA (USA) dianggap sebagai penyiaran berita pertama secara meluas dan teratur kepada masyarakat. Radio KDKA adalah stasiun penyiaran radio yang berizin komersial yang didirikan oleh Frank Conrad. Perkembangan industri penyiaran radio FM dimulai ketika pertengahan tahun 1933, Edwin Howard Armstrong dari Universitas Columbia berhasil menemukan frekuensi.

Perkembangan industri penyiaran radio FM dimulai ketika pertengahan tahun 1933, Edwin Howard Armstrong dari Universitas Columbia berhasil menemukan frekuensi modulasi (FM), frekuensi yang jauh lebih tinggi dari penyiaran radio AM (yaitu dari 88 sampai 108 MHz). Armstrong kemudian mendemonstrasikan penemuannya kepada David Sarnoff. Namun RCA ternyata lebih tertarik untuk mengembangkan televisi. Armstrong kemudian menjualnya kepada beberapa perusahaan lainnya. Pengembangan radio FM sempat tertunda karena meletusnya Perang Dunia ke 2 dan kalangan industri yang lebih tertarik mengembangkan televisi.

Keuntungan FM dari AM adalah : 1. Dapat menghilangkan "interference" (gangguan, percampuran) yang disebabkan cuaca, bintik-bintik matahari atau alat listrik. 2. Dapat menyiarkan suara sebaik-baiknya bagi telinga yang sensitif. 3. Hasil audio yang lebih jernih, lebih dinamis dan noise yang rendah Effendy (1990 : 102).

Prinsip dasar penyiaran radio FM adalah proses berubahnya suara penyiar menjadi sinyal listrik dengan menggunakan mikrofon yang kemudian digabung dengan sinyal pembawa frekuensi tinggi dan disiarkan ke radio penerima. Radio penerima menyaring sinyal pembawa tersebut dan menciptakan sinyal analog elektrik original, yang diubah oleh speaker menjadi energi suara. Cakupan penyiaran FM dibatasi oleh garis pandang dari bagian puncak pemancar, maka FM lebih cocok untuk masyarakat di pusat kota daripada masyarakat di pedesaan.

Radio Republik Indonesia (RRI) mungkin sangat tidak asing ditelinga kita. Namun sejauh mana pendengar radio di Indonesia mengenal program-program siaran RRI, masih menjadi sebuah tanda tanya besar. RRI mungkin menjadi legent perkembangan industri siaran radio di Indonesia. Mengutip sejarah perkembangan RRI. Menunjukkan bahwa RRI telah mengambil peran dalam sejarah perkembangan bangsa. Secara resmi RRI didirikan pada tanggal 11 september 1945, oleh para tokoh yang sebelumnya aktif mengoprasikan beberapa stasiun radio Jepang di 6 kota. Dalam perkembangannya di tahun 2002, RRI menjadi lembaga Penyiaran Publik Milik Bangsa. Dengan disahkannya Undang-Undang No 32 Tahun 2002 tentang enyiaran. Sesuai pasal 14 Undang-Undang No 32 Tahun 2002 menegaskan bahwa RRI adalah Lembaga Penyiaran Publik yang bersifat independen, netral dan tidak komersil. Selain itu RRI juga mempunyai fungsi melayani kenutuhan masyarakat. Perkembangan industri penyiaran di Indonesia berkembang pesat, baik secara teknologi hingga perkembangan program siaran.

Perkembangan teknologi telah membawa industri radio di Indonesia termasuk RRI harus memasuki era digitalisasi. Begitu juga dalam pengembangan program, RRI kini dituntut mampu menghadirkan program-program inovatif sehingga menarik bagi pendengar. RRI mungkin telah banyak melakukan perubahan, RRI kini memiliki 52 stasiun penyiaran dan stasiun penyiaran khusus yang ditujukan ke Luar Negeri, "Suara Indonesia". Kecuali di Jakarta, RRI di Daerah hampir seluruhnya menyelenggarakan siaran dalam 3 program yaitu Program Daerah yang

melayani segmen masyarakat yang luas sampai pedesaan, Program Kota (Pro II) yang melayani masyarakat di perkotaan dan program III (Pro III) yang menyajikan Berita dan Informasi (*News Chanel*) kepada masyarakat luas. Di Stasiun Cabang Utama Jakarta terdapat 6 program yaitu program I untuk pendengar di Provinsi DKI Jakarta Usia Dewasa, Program II untuk segment pendengar remaja dan pemula di Jakarta, Program III khusus berita dan informasi. Program IV kebudayaan, Program V untuk saluran pendidikan dan Program IV Musik Klasik dan Bahasa Asing. Sedangkan “Suara Indonesia” (*Voice Of Indonesia*) menyelenggarakan siarannya sendiri.

TANTANGAN EKISTENSI BROADCASTING DI ERA DIGITALISASI

Sebagai radio pelayanan siaran informasi, komunikasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol sosial, serta menjaga citra positif bangsa didunia internasional, dan tidak tersingkir atau bahkan sampai menghilang di antara radio-radio swasta lain yang lebih menawarkan hiburan hiburan semata. Berdasarkan hal tersebut, Maka untuk menyiarkan acara-acara atau program-program radio di butuhkan sebuah strategi serta kecakapan seseorang yang bertugas menyiarkan dan membawakan serta memandu sebuah acara karna keberhasilan sebuah program acara dengan parameter jumlah pendengar dan pemasukan iklan utamanya ditentukan oleh kepiawaian penyiar.

Di zaman globalisasi ini harus kita akui bahwa persaingan dalam siaran radio semakin ketat. Dari fakta ini pemilik stasiun radio harus jeli dan teliti dalam melihat situasi perkembangan program untuk menyiasati agar stasiun radionya tetap bertahan dan bias lebih maju selangkah dari stasiun radio lain. Mendirikan stasiun radio harus diakui memerlukan investasi yang padat modal, padat karya serta persyaratan kompetensi manajemen dengan pilihan teknologi yang tepat. Melihat kecenderungan itu penyelenggara stasiun radio tentu perlu melakukan kalkulasi cermat untuk memproyeksi pengambilan modal investasinya.

Jika dilihat dari historisnya, radio di Indonesia pernah menjadi sarana penerimaan informasi yang utama bagi masyarakat. Tak mengherankan jika pada masa orde baru, informasi-informasi yang didominasi oleh pemerintah cenderung disiarkan melalui radio karena jangkauannya yang luas. Radio memiliki sejarah penting sebagai media massa yang paling “dewasa” di antara media massa lainnya di Indonesia. Sampai pada zaman revolusi pun, dengan semakin menjamurnya radio-radio swasta maupun radio komunitas yang mengedepankan program hiburan bagi pendengarnya, radio masih menjadi salah satu primadona di antara media massa yang lainnya.

Seiring kemajuan teknologi, internet yang pada awal tahun 2000-an hanya dapat diakses orang-orang tertentu saja di Indonesia, kini mulai menjangkau masyarakat di daerah-daerah pelosok sekalipun. Internet yang dahulu dianggap sebagai barang mewah kini bak pendaatang baru yang populer dan menjadi salah satu kebutuhan primer bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Bagaimana tidak, bahkan jika mengunjungi institusi pendidikan, pemerintahan, sampai ke tempat-tempat hiburan, koneksi internet menjadi hal krusial yang dicari oleh pengunjung atau pekerjanya. Hal tersebut didukung pula dengan kemutakhiran *smartphone* dengan harga terjangkau, sehingga masyarakat bergantung kepada kedua hal tersebut (*smartphone* dan koneksi internet) dalam menjalankan aktivitas mereka sehari-hari. Kemudahan akses internet inilah yang mendukung media-media lama mulai bertransformasi menjadi media baru (sebut saja dari media cetak menjadi media online). Adanya perkembangan teknologi informasi yang pesat melahirkan suatu pembauran media yang dikenal sebagai konvergensi media.

Era digital terlahir dengan kemunculan digital, jaringan internet khususnya teknologi informasi komputer. Media baru era digital memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan atau internet. Media massa beralih ke media baru atau internet karena ada pergeseran budaya dalam sebuah penyampaian informasi. Kemampuan media era digital ini lebih memudahkan masyarakat dalam menerima informasi lebih cepat. Dengan media internet membuat media massa berbondong-bondong pindah haluan. Semakin canggihnya teknologi digital masa kini membuat perubahan besar terhadap dunia, lahirnya berbagai macam teknologi digital yang semakin maju telah banyak bermunculan. Berbagai kalangan telah dimudahkan

dalam mengakses suatu informasi melalui banyak cara, serta dapat menikmati fasilitas dari teknologi digital dengan bebas dan terkendali.

Informasi bahkan dianggap merupakan salah satu dari tiga sumberdaya dasar (*basic resources*) di samping material dan energi. Seperti halnya material dan energi merupakan sumberdaya potensial, yaitu tidak mempunyai kegunaan praktis dalam keadaannya yang “murni”, maka informasi juga tidak mempunyai nilai tanpa dioperasionalkan. Informasi menjadi operasional melalui komunikasi. Komunikasi lantas dapat disebut sebagai suatu *kinetic resource* atau informasi yang sedang bekerja.

Oleh sebab itu, keberadaan era digitalisasi serta mudah terpaparnya informasi ke masyarakat akan mendorong semakin banyaknya kemunculan kaum yang disebut sebagai masyarakat informasi, atau masyarakat yang terkena terpaan dari media massa dan komunikasi global. Mereka adalah masyarakat yang tidak hanya sadar serta mengakses informasi dalam kecepatan tinggi, tetapi turut berhubungan dengan masyarakat lain dalam sistem komunikasi global. Dengan begitu, masyarakat informasi mendapatkan informasi yang cukup dan menjadikan informasi sebagai komoditas yang bernilai ekonomis. Sehingga apabila ditarik satu benang, terdapat suatu peranan besar dari informasi di sini. Teknologi informasi di suatu masyarakat yang berkembang akan mengakibatkan komunikasi sosial masyarakat semakin efektif dan meluas. Akibatnya, kehidupan sosial dan peradaban akan makin maju dan akan muncul konsumen yang digerakkan oleh teknologi.

Informasi global yang digunakan sebagai komoditi dapat memengaruhi budaya yang tengah dianut oleh masyarakat Indonesia saat ini. Apa yang menjadi tren di suatu negara tertentu dapat pula memengaruhi *interest* dari masyarakat Indonesia, sehingga tidak sedikit dari masyarakat kita yang mulai berkiblat terhadap tren dari negara-negara lain. Sebagai contoh meluasnya budaya Korea mulai dari musiknya (*kpop*), k-drama, produk kecantikan dan gaya hidup sampai makanannya membuat masyarakat Indonesia menggeser minat mereka ke hal-hal yang berbau tren Korea. Akibatnya, berbagai bidang industri mengkomodifikasi informasi yang serba tren Korea. Rumah makan – rumah makan mulai memunculkan makanan khas negeri ginseng tersebut, konveksi mulai memproduksi pakaian yang berkiblat pada *fashion* Korea, dan lain sebagainya. Kebiasaan masyarakat yang mengonsumsi informasi maupun produk-produk terbaru tanpa disadari akan menciptakan suatu kebudayaan baru, yang mana dikenal sebagai budaya populer.

Ada empat cara dalam mendefinisikan budaya populer. Pertama, dilihat dari makna katanya. Kedua, mempertimbangkan dengan budaya rendah atau budaya tertinggal. Ketiga, menetapkannya sebagai budaya massa. Terakhir, budaya populer bisa dianggap sebagai budaya yang berasal dari “rakyat” (Storey, 2004). Contoh mengenai tren serba Korea di paragraf sebelumnya dapat memberikan gambaran mengenai definisi budaya populer seperti cara ketiga, yaitu anggapan bahwa budaya populer sama dengan budaya massa. Budiman (2002, p.51) turut menyatakan bahwa budaya massa bukanlah sesuatu yang sendirinya ada, ia adalah sebuah realitas yang memiliki hubungan-hubungan sosial dengan pelbagai realitas lain dalam perkembangan sosial dan kebudayaan masyarakat modern.

Fenomena melejitnya internet dan era konvergensi media dapat dikatakan sebagai salah satu budaya populer di kalangan masyarakat Indonesia, sebab masyarakat kini mulai mengandalkan internet sebagai salah satu sumber penerimaan informasi yang utama, menggeser posisi dari radio. Hal ini dibuktikan melalui survei yang diadakan oleh Nielsen Audience Measurement pada tahun 2014 di sepuluh kota besar di Indonesia (Jakarta, Surabaya, Medan, Semarang, Bandung, Makassar, Yogyakarta, Palembang, Denpasar, dan Banjarmasin). Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa konsumsi media di kota-kota baik di Jawa maupun Luar Jawa masih menjadikan televisi sebagai medium utama yang dikonsumsi masyarakat Indonesia (95%), disusul oleh Internet (33%), Radio (20%), Surat kabar (12%), Tabloid (6%) dan Majalah (5%). Apabila dilihat dari konsumsi radio, konsumen di luar Jawa tercatat lebih banyak mendengarkan radio (37%) dibandingkan dengan konsumen di Jawa (18%). Konsumen di luar

Jawa rata-rata mendengarkan radio melalui pesawat radio, namun konsumen di Jawa lebih banyak mendengarkan radio melalui telepon genggam.

Pemaparan data di atas menunjukkan bahwasanya radio masih menjadi salah satu media utama yang dikonsumsi di luar Jawa, akan tetapi eksistensi radio di Indonesia mengalami tantangan khususnya di kota-kota besar di Jawa. Mau tidak mau, radio harus mampu beradaptasi ataupun menciptakan inovasi-inovasi terbaru demi mempertahankan eksistensinya di Indonesia.

Pertama-tama, radio Indonesia dapat memanfaatkan era konvergensi dengan melakukan pembauran media melalui internet. Langkah lebih bijak jika keberadaan internet yang menggeser posisi radio dilihat sebagai suatu peluang, bukannya suatu ancaman. Seperti yang kita ketahui, salah satu kelebihan radio dibandingkan media massa yang lain ialah produksi radio tidak terlalu memakan biaya yang besar. Apabila radio hendak melakukan pembauran dengan internet, langkah pertama yang harus disiapkan oleh stasiun radio ialah pembuatan website. Stasiun radio harus berani merogoh kocek agak dalam untuk pembuatan website serta memberi upah bagi pengelola website radio mereka nantinya.

Lantas, apa kegunaan dari website tersebut? Ada dua poin penting yang perlu diperhatikan. Poin pertama ialah pemanfaatan website sebagai salah satu wadah pengarsipan siaran radio setiap harinya (*podcasts*). Tentu tidak semua pendengar setia radio memiliki kesempatan untuk mendengarkan program kesayangan mereka. Melalui website radio, mereka tetap dapat mendengarkan siaran program yang telah mereka lewatkan di mana saja dan kapan saja. Poin kedua, ialah siaran *streaming*. Radio memang mampu menjangkau daerah-daerah terpelosok, terlebih radio komunitas yang muncul dari lokasi-lokasi tertentu. Akan tetapi, apabila pendengar setia tidak sedang berada di kediaman mereka (seperti sedang perjalanan ke luar kota, luar pulau, atau ke luar negeri), mereka tentunya tidak dapat mendengarkan program radio favorit dari radio di daerah asal mereka. Melalui website dan fitur siaran *streaming*, pendengar masih dapat memanfaatkan internet untuk mendengarkan siaran program radio dari daerah asal mereka sekalipun berada di luar wilayah tersebut. Tidak hanya itu, dua poin penting pemanfaatan website di atas justru dapat menggaet pendengar-pendengar baru dari luar wilayah radio asal berada. Radio akan semakin dikenal tidak hanya di wilayah asalnya, tetapi juga oleh masyarakat di luar daerah tersebut.

Jika membicarakan mengenai konten website radio, selain berisikan informasi umum mengenai radio seperti program harian beserta daftar penyiar dan kontak perusahaan, konten website juga dapat menyesuaikan dengan jenis radio masing-masing. Teruntuk radio pemerintahan yang sebagian besar programnya bermuatan pendidikan dan berita-berita nasional, maka perlu adanya konvergensi dengan menautkan siaran mereka dengan artikel portal berita-portal berita ternama terkait topik siaran tersebut. Justru akan lebih baik apabila radio dapat memproduksi berita mereka sendiri dalam bentuk artikel online. Tidak hanya berupa artikel, tetapi di website tersebut juga dapat dicantumkan tautan video mengenai artikel terkait.

Sedangkan untuk radio swasta yang mengutamakan hiburan, dapat mencari tahu mengenai undang-undang hak cipta serta pembayaran royalti untuk musik-musik yang dianggap populer oleh masyarakat. Radio swasta di Indonesia dapat mengadopsi dari website radio luar negeri, sebut saja iHeart Radio (www.iheart.com) yang merupakan afiliasi dari 800 stasiun radio di Amerika Serikat. Sehingga pada nantinya selain berkonvergensi dengan menampilkan berita-berita terbaru mengenai penyanyi beserta tautan videonya seperti iHeart Radio, website radio swasta di Indonesia turut menyediakan link download untuk lagu-lagu penyanyi yang tengah merajai tangga lagu. Apabila hal tersebut dapat dimanajemen dengan baik, maka pengunjung situs tidak hanya mendengarkan siaran melalui *podcast*, tetapi juga mengandalkan website radio swasta sebagai sumber download lagu yang legal dan terpercaya. Dampak lainnya yang timbul dari fitur unduh lagu ialah semakin banyak pengiklan yang hendak mempromosikan produk-produk mereka di website radio, dengan begitu radio swasta tetap tidak kehilangan sumber pemasukan melalui iklan.

Lantas, bagaimana dengan radio komunitas? Pengertian dari radio komunitas sendiri adalah sebagai berikut:

Pada umumnya radio komunitas lahir di daerah-daerah terpencil yang sulit terjangkau informasi, sehingga masyarakat lokal mengandalkan radio tersebut sebagai pemenuhan kebutuhan akan informasi, terutama informasi yang berkaitan dengan pendidikan, kesehatan, hiburan, dan lain sebagainya. Melalui radio komunitas masyarakat juga dapat mengekspresikan pendapat dan kepentingannya, karena radio komunitas mampu menjawab atau menyentuh kebutuhan masyarakat atau komunitas tersebut sesuai dengan kelokalannya (Takariani 2013, p. 24).

Untuk radio komunitas, konten website tidak jauh berbeda dengan radio pemerintahan dan radio swasta yang mengkonvergensi berita dan video, tetapi dengan tidak menghilangkan ciri khas dari budaya lokal mereka. Jika radio komunitas dianggap sebagai wadah untuk menjawab dan menyentuh kebutuhan masyarakat atau komunitas sesuai dengan kelokalannya, maka website radio komunitas perlu berkonvergensi dengan menyertakan akun-akun sosial media mereka di website demi menjangkau masyarakatnya. Selain itu, salah satu manfaat dari adanya internet ialah interaktivitas antara perusahaan dan masyarakat serta arus *feedback* yang cepat dari masyarakat. Maka dari itu, website radio komunitas juga perlu menyediakan kolom diskusi ataupun komentar untuk pemenuhan interaktivitas dengan masyarakat tersebut.

Nantinya, apabila website dari radio tersebut mendapatkan *feedback* positif dari masyarakat, maka tahap selanjutnya ialah membuat aplikasi radio *online* yang dapat diunduh melalui *google play* atau *apple store*. Aplikasi ini akan memudahkan pendengar untuk mengakses website radio dengan tampilan yang *user-friendly*. Akan jauh lebih baik apabila radio-radio swasta maupun komunitas berafiliasi dalam satu aplikasi *online* radio, sehingga pendengar cukup mengunduh satu aplikasi untuk mendengarkan beberapa radio yang bisa diakses tanpa batasan jarak dan waktu. Radio-radio di Indonesia dapat mengadopsi dan memodifikasi dari aplikasi TuneIn, di mana aplikasi tersebut memuat ribuan radio di berbagai belahan dunia yang programnya bisa diakses oleh siapa saja.

Tidak hanya dengan membuat website dan aplikasi, teknologi radio dapat bertransformasi menjadi siaran *streaming* yang juga menampilkan visual dari penyiarannya. Hal ini sudah diterapkan di beberapa website radio, sebut saja siaranku (www.siaranku.com). Jadi, tidak hanya memberikan informasi secara auditori, dengan konvergensi media radio turut mampu menampilkan informasi secara audio visual.

KESIMPULAN

Perkembangan penyiaran radio di Indonesia diawali pada masa pemerintahan Hindia Belanda pada tahun 1925 oleh Prof. Komans dan Dr. De Groot yang berhasil melakukan komunikasi radio dengan menggunakan stasiun relai di Malabar, Jawa Barat. Zaman akan senantiasa berubah, seiring dengan teknologi komunikasi dan informatika yang akan selalu bertransformasi demi pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat. Kelak kebiasaan masyarakat terhadap hal-hal tertentu akan mengakar menjadi sebuah budaya massa atau budaya populer. Radio sebagai salah satu media massa harus tetap membuka diri pada realita dan perubahan sosial yang ada. Tidak selamanya suatu perubahan menjadi tantangan dalam radio mempertahankan eksistensinya, tetapi justru bisa dimanfaatkan sebagai peluang untuk kemajuan teknologi radio yang lebih berguna

REFERENCES

- Asep Syamsul, M. Romli. (2009). *Dasar-dasar Siaran Radio*. Bandung: Nuansa
- B. Aubrey Fisher. (1978). *Teori-Teori Komunikasi terjemahan dari judul asli: Perspective On Human Communication oleh Soejono Trimio*, Bandung : CV Remaja Karya.

- Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin. (2011). *Dasar-Dasar Penyiaran*. Jakarta: Kencana.
- John Vivian, *Teori Komunikasi Massa*. (2008). Jakarta: Kencana.
- Mahmud. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional* (Cet. II; Yogyakarta, LKIS, 2005), 15-16. *Informasi mengenai sejarah dan perkembangan radio, khususnya di Indonesia* lihat juga: Darmanto, *Televisi sebagai Media Pendidikan*, 63-71; Muhammad Mufid, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran* (Cet. I; Jakarta: Kencana, 2005)
- Muhamad Mufid. (2010). *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Kencana.
- Onong Uchjana Effendy. (1990) *Radio Siaran Teori dan Praktek*. Bandung : CV. Mandar Maju.
- Saifuddin Anwar. (2001). *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar Offset, cet. III.
- Storey, J 2004, *Teori Budaya dan Budaya Pop Memetakan Lanskap Konseptual Cultural Studies*, Yogyakarta : Qolam.
- Sutrisno Hadi. (2002). *Metodelogi Research*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Takariani, CSD 2013, 'Peluang dan Tantangan Radio Komunitas di Era Konvergensi', *Eksistensi Media Lokal di Era Konvergensi*, Vol. 11, 23-38.