

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORI**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Pada suatu penelitian diperlukan dukungan hasil-hasil penelitian yang telah ada sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian tersebut. Pada sub bab ini, peneliti membahas penelitian sebelumnya yang memiliki topik dan pembahasan serupa dengan penelitian yang akan diteliti. Riset terdahulu digunakan sebagai perbandingan antara penelitian yang sudah diteliti dengan yang akan diteliti untuk mengetahui letak perbedaannya dilihat dari pokok permasalahan, konsep, teori, serta metode. Adapun sepuluh tinjauan pustaka atau riset terdahulu yang dianggap relevan oleh peneliti:

Penelitian terdahulu yang pertama adalah hasil penelitian milik Harliantara dari Universitas dr. Soetomo pada 2019 yang berjudul “Website pada Industri Penyiaran Radio di Indonesia: *Live Streaming* dan *Podcasting*”. Jurnal ini menganalisis *website* pada lembaga penyiaran radio swasta menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi lapangan, riset dokumentasi, dan wawancara. Harliantara tertarik untuk meneliti fenomena ontologis yang terjadi pada industri penyiaran radio di Indonesia, dimana perkembangan teknologi di era internet terus mempengaruhi radio untuk memiliki opsi “Radio *Website*”.

Hal tersebut terjadi akibat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sehingga fenomena seperti ini dianggap menarik dengan melahirkan paradigma baru pada penyiaran radio. Jurnal ini memakai pendekatan studi kasus yakni metode analisis data kualitatif yang memfokuskan pada masalah *website* penyiaran radio. Objek penelitian ini yaitu teknologi *website* penyiaran radio. Subjeknya terbagi menjadi tiga di antaranya adalah Hardrock 87.6 FM Jakarta, Ardan 105.9 FM Bandung, dan Suara Surabaya 100 FM.

Dalam penelitiannya, Harliantara menemukan bahwa Hardrock 87.6 FM Jakarta, Ardan 105.9 FM Bandung, Suara Surabaya 100 FM juga telah menyajikan siarannya melalui internet terlebih *website*, selain dari gelombang elektromagnetik. Ketiga radio tersebut dapat memungkinkan pendengarnya untuk mengakses siaran melalui internet. *Website* dan *podcast* siaran radio mampu menjadi sumber pendapatan tambahan. Hadirnya situs radio *website* dianggap meningkatkan hubungan dengan pendengar melalui interaktivitas sekaligus dapat mempromosikan program.

Hasil penelitian dari jurnal ini adalah ada empat proporsisi yang berkaitan dengan media konvensional dan internet, yakni: 1. Tidak semua pelaku penyiaran radio melakukan siaran melalui internet. 2. Tidak semua penyelenggara radio di Indonesia dapat mengelola radio *website* secara maksimal. 3. Tidak semua pendengar radio konvensional memiliki waktu untuk mendengarkan radio *live streaming*. 4. Semua penyelenggara radio melalui internet dapat menyiarkan program radio dengan berbagai topik yang berbeda secara rutin.

Perbedaan penelitian milik Harliantara dengan yang akan dilakukan yaitu peneliti berfokus sejauh mana tujuan radio konvensional tercapai dengan memadukan dua medium yang berbeda sekaligus karakteristik yang berbeda antara media radio konvensional dengan *platform* digital. Persamaan riset ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu keduanya membahas mengenai radio di era internet. Kesamaan lainnya yaitu jenis penelitiannya menggunakan pendekatan kualitatif dengan mewawancarai pihak-pihak tertentu sebagai pengumpulan data.

Penelitian terdahulu yang kedua adalah hasil penelitian milik Anam Miftakhul Huda dari Universitas Negeri Surabaya pada 2019 yang berjudul “PENGEMBANGAN MODEL E-DEMOKRASI LOKAL MELALUI RADIO LANG-LANG KOTA MAYANGKARA FM (Development of Local E-Democracy Model Through Lang-Lang Radio Mayangkara City Fm)”. Tujuan penelitian ini yaitu hendak mengembangkan model demokrasi lokal yang tripartit antara pemberi informasi (pengadu), institusi yang menangani (lembaga yang diadakan) dan media (radio) sebagai jembatan dalam menyelesaikan persoalan. Radio adalah media *mainstream* yang banyak dipakai khalayak Indonesia selaku fasilitas saluran informasi dan hiburan. Radio dapat berperan sebagai alat kontrol pemerintah dan pengiring perubahan sosial.

Dengan adanya perkembangan teknologi informasi, radio bertransformasi menjadi pengembang informasi di tingkat lokal. Melalui media massa radio, masyarakat dapat mengekspresikan pendapat atau kritiknya sampai menjadi tempat mengadu mengenai layanan publik dan masyarakat dapat saling bertukar informasi.

Model pengembangan demokrasi elektronik (*e-democracy*) dengan model yang baru melalui radio mampu melahirkan perkembangan demokrasi lokal dengan sangat dinamis.

Tingkat kepercayaan masyarakat kepada radio sangat tinggi melalui indikator banyaknya warga masyarakat dengan bebas melaporkan peristiwa yang terjadi di Kota dan Kabupaten Blitar. Konsep tersebut dalam konteks jurnalistik radio disebut sebagai jurnalisme warga (*citizen journalism*). Program radio yang mengembangkan bentuk *e-democracy* model tripartit adalah salah satunya Langlang Kota di Radio Mayangkara FM. Program langlang kota sudah menjadi tempat diskusi publik melalui *on air* yang berbentuk pelaporan atas peristiwa ke radio melalui email, sms, media sosial dan telepon.

Jurnal ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pemusatan pada perspektif partisipatoris. Instansi radio seperti pemilik radio, program director, reporter dan khalayak sebagai jurnalisme warga yakni informan inti dalam riset ini. Teknik pengumpulan data yang dipakai yakni purposive sampling dengan menggunakan triangulasi bahan atau sumber dan triangulasi teori sebagai alat uji. Eksplorasi data yang diambil di Radio Mayangkara FM dengan menggabungkan data berbentuk uraian penjelasan dari lokasi penelitian dan setelah itu dideskripsikan oleh peneliti secara mendalam.

Objek dalam jurnal ini adalah pengembangan model e-demokrasi lokal menggunakan radio dengan analisis pada program lang-lang kota radio Mayangkara FM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program langlang kota menjadi

tempat diskusi publik atau tempat bertukar pikiran melalui udara (on air) dengan khalayak melaporkan peristiwa ke radio melalui telepon, sms, media sosial dan email. Model pengembangan e-demokrasi ini memberikan ruang yang luas bagi khalayak yang ikut berpartisipasi dalam menyampaikan informasi terkait isu-isu lokal. Radio berfungsi sebagai mediator pemerintah setempat antara masyarakat setempat dengan kebijakan pemerintah yang menjadi acuan untuk demokratis terhadap pemerintahan kota Blitar.

Perbedaan penelitian milik Anam Miftakhul Huda dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu peneliti berfokus sejauh mana tujuan radio konvensional tercapai dengan memadukan dua medium yang berbeda sekaligus karakteristik yang berbeda antara media radio konvensional dengan *platform* digital. Persamaannya yaitu objek penelitiannya sama-sama mengenai radio dan persamaan lainnya ialah menggunakan metode pendekatan kualitatif. Terdapat kemiripan pada penelitian ini yaitu dalam konteks siaran, sehingga penelitian ini cocok menjadi literatur pada penelitian yang akan diteliti.

Penelitian terdahulu yang ketiga adalah hasil penelitian milik Dr. Ido Prijana Hadi, M. Si dari Universitas Kristen Petra pada 2017 yang berjudul “GATEKEEPER DAN PARTISIPASI PUBLIK (Studi Kasus Kualitatif tentang Praktik Gatekeeper di Radio Suara Surabaya)”. Penelitian ini menyelidiki kasus radio swasta komersial yang sudah menggunakan peran gatekeeper sejak 1994. Jurnal ini berangkat dari ciri khas sebuah radio dengan pendengarnya yang dianggap kuat menjadi sebuah kasus menarik untuk diteliti. Dalam penelitian ini,

peneliti ingin mengetahui bagaimana peran gatekeeper dalam jurnalistik radio yang mengelola partisipasi publik untuk kepentingan dan kebaikan publik dalam era komunikasi konvergensi. Kasus yang diteliti terkait peran *gatekeeper* dalam siaran di Radio Suara Surabaya yang melibatkan *citizen journalism* yang mensinergikan teknologi komunikasi dan informasi.

Tujuan adanya penelitian ini adalah peneliti ingin memperlihatkan bentuk pembelajaran mengenai peranan *gatekeeper* khususnya media radio siaran yang selama ini dipandang dengan sebelah mata. Jenis riset ini yakni menggunakan pendekatan kualitatif, paradigma interpretif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan datanya yaitu melalui wawancara mendalam dengan subyek penelitian yakni dipilih secara *purposiv sampling* dengan perwakilan dari media yaitu pihak dari media radio, pejabat atau pemerintah, pihak asosiasi radio, aparat negara, professional, dan warga atau pendengar radio.

Penelitian ini menggunakan teori siaran interaktif, teori radio jurnalistik dan teori *gatekeeping*. Teori siaran interaktif melihat model interaksi penyiar dengan pendengar yang menganjurkan lewat telepon, dikarenakan penyiar dengan pendengar berkomunikasi secara spontan maka kemurnian suara keduanya terdengar. Teori ini menunjukkan bahwa siaran yang interaktif membuka kemudahan akses terhadap pendengar sehingga *citizen journalism* atau pendengar dapat menyampaikan informasi maupun pesan mengenai peristiwa disekitar mereka.

Dalam teori radio jurnalistik pendengar dapat secara aktif menjadi *citizen journalism* maupun menjadi informan. Fenomena ini dipandang karena sebelumnya

radio siaran hanya menyajikan musik dan format berita lalu, sejak 1995 merubah pandangan tersebut dengan membuat motto *news-interaktif*, dan *solutif* atau dapat diperhitungkan dengan berita 80% dan musik 20%.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, secara keseluruhan hasilnya menunjukkan jika siaran radio yang bersifat interaktif dengan menyertakan pendengar berdampak pada pengendalian penerapan konten sehingga seolah dianggap meniadakan konsep “programming”. Peneliti mengungkapkan bahwa *gatekeeper* dan penyiar menetapkan pendengar sebagai “aktor aktor siaran” yang setiap harinya beralih dengan melakukan interaksi dengan penyiar dengan memberikan informasi atau pesan dimana pun mereka berada.

Mengenai pengujian kasus pada Radio Suara Surabaya hasilnya mengungkapkan bahwa, pertama siaran interaktif mengandalkan partisipasi dari pendengar. Kedua, *gatekeeper* harus mempunyai feeling Jurnalistik dan terakhir *gatekeeper* sebagai validator informasi dalam siaran interaktif. Tumpuan dari siaran interaktif yakni dari peran dan strategi *gatekeeper* sebagai verifikasi akurasi data yang diperoleh dari *citizen journalism* dalam siaran.

Perbedaan penelitian milik Dr. Ido Prijana Hadi, M. Si dengan yang akan dilakukan yaitu peneliti berfokus sejauh mana tujuan radio konvensional tercapai dengan memadukan dua medium yang berbeda sekaligus karakteristik yang berbeda antara media radio konvensional dengan *platform* digital. Persamaan riset ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu keduanya membahas mengenai radio yang memiliki siaran interaktif. Kesamaan lainnya yaitu jenis penelitiannya

menggunakan pendekatan kualitatif dengan mewawancarai pihak-pihak tertentu sebagai pengumpulan data.

Penelitian terdahulu yang keempat adalah hasil penelitian milik Desi Yoanita dan Fanny Lesmana dari Universitas Kristen Petra pada 2014 yang berjudul “AKURASI DALAM JURNALISME WARGA PADA RADIO SUARA SURABAYA”. Penelitian ini berangkat pada salah satu arah media massa, yaitu menyuguhkan pesan atau informasi. Objek dari penelitian ini adalah stasiun Radio SS (Suara Surabaya) yang menempatkan posisinya sebagai stasiun radio yang menyuguhkan informasi akan kebutuhan khalayak, terutama khalayak di kota Surabaya. Stasiun Radio Suara Surabaya ini mengkombinasikan siaran hiburan dan siaran obrolan dengan berbentuk program musik. Radio SS mengambil inisiatif atau keikutsertaan khalayak dalam mengerahkan informasi.

Konsep dalam penelitian ini adalah pertama, berita di media radio. Radio merupakan salah satu media massa yang mudah dan hadir sepanjang waktu. Radio SS adalah stasiun radio lokal di kota Surabaya yang menyajikan informasi mengenai berita lokal. Terakhir, konsep dari penelitian ini adalah jurnalisme warga. Konsep ini mencakup khalayak yang ikut serta dalam melaporkan suatu berita. Riset ini mengangkat sebuah institusi media yaitu Radio Suara Surabaya sebagai bahan kajian. Sebagai radio profesional di kota Surabaya yang mengusung konsep interaktif dan membuka ruang untuk jurnalisme warga dalam ikut serta menyampaikan informasi. Peneliti tertarik untuk mengkaji bagaimana Radio SS menjaga akurasi informasi-informasi tersebut.



Hasil dari penelitian ini adalah Radio Suara Surabaya membuat tiga acara guna menjaga akurasi informasi yang dilaporkan oleh jurnalis warga. Yakni diantaranya melakukan klarifikasi pada sumber yang kompeten, menugaskan reporter ke lapangan, dan membentuk tim gatekeeper untuk menjadi filter. Radio Suara Surabaya memperhatikan akurasi pada penyajian informasi yang dihasilkan oleh jurnalis warga melalui penjasam, menerjunkan reporter SS serta mempunyai *gatekeeper*.

Perbedaan penelitian milik Desi Yoanita dan Fanny Lesmana dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu peneliti berfokus mengenai media radio dalam siaran interaktif. Persamaannya ialah jenis penelitiannya menggunakan pendekatan kualitatif, dan sama-sama meneliti media radio.

## **2.2 Teori atau Konsep-Konsep yang Digunakan**

### **2.2.1 Radio**

Radio merupakan media yang berfungsi sebagai penghubung pesan kepada pendengarnya melalui medium audio. Radio memiliki karakter yang berbeda dengan media lain seperti berkarakter langsung, jadi penyiar tidak perlu berbelit dalam menyampaikan informasi, pendengar dapat mendengarkan siaran radio kapan pun dan dimana pun tergantung batas penyiaran tersebut. Selaku media massa, radio mengajak pendengarnya untuk berimajinasi tinggi karena siaran radio bersifat hidup dengan suara-suara pendukung seperti, musik, suara penyiar dll (Ningrum, 2007, p. 6).

Rony Agustino Siahaan (2015, p. 38) menjelaskan bahwa radio bisa memunculkan visualisasi yang cukup merangsang imajinasi pendengarnya. Penyajian pesan melalui radio tidak semudah melakukan komunikasi interpersonal. Komunikator perlu memiliki keahlian khusus agar pesan yang disampaikan kepada pendengar mudah dipahami. Radio merupakan salah satu media yang telah ada sejak lama, tentu memiliki ciri-ciri sebagai pembeda dengan media lain. Ciri utamanya seperti (McQuail, 2011, p. 40):

1. Memiliki daya tarik melalui audio
2. Mudah dan praktis untuk digunakan
3. Konten yang beragam
4. Memiliki potensi untuk partisipasi dua arah
5. Penerapan yang erat dan bersahabat

Radio memiliki model komunikasi interaktif yang sejak lama dikembangkan radio konvensional dari masa ke masa. Radio dapat memungkinkan pendengar secara interaktif dengan menelepon pendengar untuk titip salam, meminta lagu favorit, dan sebagainya. Wibowo (2012, p. 55) mengungkapkan bahwa model komunikasi yang selama 32 tahun pemerintahan orde baru operasi dalam penyiaran bersifat *top-down* telah berganti dengan model komunikasi yang lebih horizontal, mengikutsertakan keperluan komunikasi dan informasi khalayak agar terfasilitasi dalam siaran radio interaktif.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi kian pesat hingga saat ini yang ditandai dengan digitalisasi. Era digital sudah menyebabkan perubahan dalam aktivitas bermedia, termasuk radio (Suryo dalam Zakaria, dkk, 2012, p. 54). Perkembangan teknologi yang melesat dengan cepat menciptakan berbagai perubahan media. Konvergensi media merupakan perubahan dari ranah media yang telah memadukan media massa dengan platform digital (Dhamayanti, 2019, p. 84). Kemajuan teknologi telah melahirkan internet yang mengubah penyebaran sinyal radio. Atas teknologi dan konvergensi media, radio mampu kembali eksis melalui akses siaran *streaming* dalam media-media baru seperti:

1. Radio *Streaming*

Radio *streaming* merupakan salah satu contoh dari perubahan media yang telah disenangi pendengar (Dhamayanti, 2019, p. 84). Pada dasarnya radio *streaming* nyaris serupa dengan FM (frequency modulation) yakni medium berbentuk frekuensi yang berkelanjutan. Saluran yang masuk dalam radio *streaming* menggunakan internet sehingga dapat menjangkau pendengar. Hal ini dikarenakan peran internet yang membuat siaran radio dapat disiarkan secara *streaming* atau *online*.

Radio *streaming* menawarkan kemudahan bagi pendengar radio yang dapat mengakses siaran dimanapun mereka berada. Dengan demikian, kemajuan media siaran radio yang sudah berubah

ini tidak lepas dari keterlibatan internet sebagai teknologi komunikasi dan informasi yang mempengaruhi media massa maupun media komunikasi (Harliantara, 2019, p. 87). Radio *streaming* telah banyak diadopsi oleh kebanyakan stasiun radio di Indonesia. Strategi tersebut diaplikasikan guna memperbarui keunggulan radio diranah digital.

## 2. *Podcast*

Teknologi berbentuk *streaming* dengan peran internet yang secara terus menerus bergerak, membawa khalayak untuk akhirnya memperoleh *podcasting* dengan cara mengunduh pada perangkat *handphone* maupun komputer, dan *podcast* dapat langsung didengarkan tanpa harus menyelesaikan unduhan. *Podcast* dapat didefinisikan sebagai medium audio digital yang berbentuk rekaman dari siaran radio untuk didengarkan khalayak dengan cara mengunduh hingga khalayak dapat memutar selayaknya audio pribadi (Harliantara, 2019, p. 87).

Menurut Fadilah, Yudhapramesti, dan Aristi (2017, P. 92) *podcast* adalah medium berbasis audio yang tersedia di Internet, secara otomatis *podcast* dapat dipindahkan pada perangkat *handphone* dan komputer atau pemutar portabel secara gratis maupun berbayar. Konten audio *podcast* sudah banyak tersedia di internet dengan keunggulan yang efektif. Saat ini, *podcast* dapat

tersedia pada aplikasi khusus yang semakin mempermudah khalayak untuk mengonsumsi konten audio.

*Podcast* menjadi konvergensi media audio atau media baru yang saat ini tengah sorotan. Di Indonesia, *podcast* hadir menjadi media baru yang khusus pada konten audio (Gogali & Tsabit, 2020, p. 68). Di era konvergensi digital, *podcast* menjadi sebuah medium dalam menyajikan konten audio yang menarik dan memiliki durasi yang panjang. Rusdi (2019, p. 93) mengungkapkan bahwa di luar negeri *podcast* telah diterapkan oleh beberapa industri media seperti BBC Radio dan industri-industri media lainnya. Selain itu menurutnya, di Indonesia sendiri *podcast* telah banyak dimanfaatkan oleh stasiun radio guna penyimpanan program-program siarannya.

Dengan demikian, *Podcast* dapat dimanfaatkan untuk menutupi kekurangan radio yang bersifat selintas. Konten radio yang telah disiarkan tidak bisa didengarkan secara ulang. Namun, dengan hadirnya *podcast* konten siaran radio dapat terdokumentasi untuk bisa diakses pendengar pada waktu tertentu. Meskipun tidak memiliki unsur visual, media audio dapat membuat pendengarnya berimajinasi dengan apa yang disampaikan oleh penyiar. Sebagai media berbasis audio, *podcast* memiliki karakter yang sama dengan radio, yaitu memiliki nilai *theatre of mind* (Rusdi, 2019, p. 93).

Gogali dan Tsabit (2020, p. 68) menuturkan bahwa di Indonesia, kebangkitan *podcast* mulai pesat sejak 2018. Selain itu menurutnya, momen kebangkitan *podcast* dapat terlihat pada saat platform Anchor membuat layanan hosting dengan sistem berlangganan untuk menyalurkan *podcast* ke berbagai platform. Oleh sebab itu, sebelum 2018 beberapa konten kreator *podcast* memanfaatkan layanan audio yaitu Soundcloud. Lebih lanjut Gogali dan Tsabit menjelaskan bahwa seiring dengan ketenaran platform Anchor sebagai layanan yang menyediakan distribusi konten *podcast* secara gratis, platform lainnya yang juga menyediakan layanan distribusi *podcast* adalah Spotify. Dengan membuka jalur distribusi konten *podcast*, Spotify dapat melaju dengan pesat sehingga menjadi salah satu layanan musik dan audio yang populer.

Spotify merupakan platform *streaming* musik yang membuka jalur pendistribusian *podcast* dari berbagai konten aggregator *podcast*. Spotify juga menyediakan jalur distribusi konten secara langsung dari para kreator melalui Spotify *for podcaster* tanpa harus melalui pihak ketiga (Gogali dan Tsabit (2020, p. 68). Adanya kemunculan berbagai platform untuk mendengarkan *podcast* dapat memudahkan pendengar untuk mencari konten yang diinginkan, eksistensi *podcast* juga memberikan warna tersendiri karena berbagai jenis konten dan konsep yang disajikan berbeda (Radika & setiawati, 2020, p. 100).

Jenis-jenis konten *podcast* sangat beragam. Mulai dari berita, wawancara, dokumenter atau *feature*. Saat ini para *podcaster* banyak menciptakan kreatifitas, seperti jenis konten blog dalam bentuk audio. Dengan demikian, pemilik blog bisa bercerita dalam bentuk audio. Blog tersebut bisa berbicara mengenai kuliner, pengalaman, travelling, dan lain sebagainya (Rusdi, 2019, p. 92). Menurut Fadilah, Yudhapramesti, dan Aristi (2017, p. 103) potensi *podcast* terdapat pada keunggulannya, yakni; 1) Mudah dan kontrol terdapat pada tangan konsumen, 2) Dapat diakses secara otomatis oleh pendengar, 3) Selalu tersedia serta mudah dibawa-bawa. Lebih lanjut mereka mengungkapkan bahwa kesuksesan *podcast* diantaranya terdapat pada pengemasan yang menarik dan juga ringan dengan tarawan “nilai” yang jelas pada setiap kontennya.

Adornato, dalam bukunya “Mobile and Social Media Journalism” mengatakan bahwa “*Podcasting is an area that could hold revenue potential for local radio stations and breathe new life into audio journalism*” (*podcasting* adalah medium yang dapat menyimpan potensi pendapatan untuk stasiun radio lokal dan menghirup kehidupan baru ke dalam jurnalisme audio).

### 3. *Mobile and Social Media Journalism*

Media sosial menjadi media yang populer dalam era konvergensi. Identitas diri seseorang atau suatu komunitas dapat

dengan mudah terlihat melalui akun media sosial atau platform digital. Media sosial dapat diartikan sebagai sumber yang muncul dari adanya interaksi antara individu individu di dalam suatu komunitas (Syam, 2016, p. 7).

Pada dasarnya media sosial memiliki persamaan dengan cara kerja komputer (Ramadhani dan Pratama, 2020). Fitriani (2017, p. 149) menjelaskan bahwa, pada dasarnya media sosial adalah perkembangan dari teknologi yang berbasis internet, yang mempermudah semua orang untuk dapat berpartisipasi, berkomunikasi, membentuk suatu jaringan *online*, sehingga dapat membagikan konten yang mereka buat sendiri.

Menurut Nasrullah (2015) media sosial memiliki enam karakter khusus, antara lain:

1. Jaringan/*network*

Jaringan merupakan sebuah infrastruktur yang menghubungkan komputer dengan perangkat keras (hardware). Koneksi ini dibutuhkan karena komunikasi bisa berjalan jika jaringan antar komputer saling terhubung.

2. Informasi/*Informations*

Informasi menjadi objek penting di dalam media sosial, karena pengguna media sosial memproduksi konten,



merepresentasikan identitasnya, dan juga melakukan interaksi dengan sesama pengguna.

3. *Arsip/Archive*

Arsip dalam media sosial berguna untuk mengakses informasi yang telah tersimpan melalui perangkat apapun dan kapanpun.

4. *Interaksi/Interactivity*

Media sosial mampu menghubungkan jaringan antar pengguna yang tidak hanya sekedar untuk memperluas hubungan atau pengikut (follower) semata. Namun, harus membangun interaksi antar pengguna.

5. *Simulasi Sosial/Simulation of Society*

Media sosial memiliki ciri khas sebagai media berlangsungnya khalayak sosial di dunia maya. Media sosial juga memiliki karakteristik yang tidak dapat dijumpai dalam tatanan masyarakat yang nyata.

6. *Konten oleh pengguna/user-generated content*

Konten dalam media sosial sepenuhnya milik pengguna atau pemilik akun berdasarkan kontribusinya. *User generated content* merupakan sebuah hubungan

simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi terhadap konten.

Sujoko dan Larasati (2017, p. 231) mengungkapkan bahwa berdasarkan literatur penelitian dan artikel, terdapat tujuh jenis media sosial, yaitu: 1) Situs jejaring sosial seperti, LinkedIn, Friendster, Google Plus, dan Facebook. 2) Blog, seperti Tumblr, Wordpress, dan Blogspot. 3) Social Bookmarking; StumbleUpon.com, Digg.com, dan Redit.com. 4) Media berbagi (media sharing); Instagram, Path, YouTube, Pinterest. 5) Mikroblog (microblogging) seperti Twitter. 6) Wiki atau Wikipedia. 7) Dan yang terakhir adalah aplikasi pesan seperti, Linw, BBM, Whatsapp.

Kemunculan media sosial dapat memungkinkan semua orang memiliki kapasitas untuk menjadi komunikator. Setiap individu berpotensi untuk menyampaikan informasi berdasarkan peristiwa yang terjadi tanpa harus membawa informasi tersebut ke dalam meja redaksi maupun editor (Luik, 2010, p. 6-7).

Hamna (2017, p. 111) mengutarakan bahwa media sosial yang hadir belakangan ini memang menggantikan panorama jurnalisme di Indonesia. Terutama terkait proses pengumpulan data berita, proses produksi berita, dan proses publikasi berita. Adornato, dalam bukunya "*Mobile and Social Media Journalism*" mengatakan bahwa "*Monitoring social media platforms is a way to listen to the*

*public, to put your finger on the pulse of what people are talking about*” (memantau media sosial adalah cara untuk mendengarkan publik, untuk meletakkan jari Anda pada denyut nadi dan apa yang sedang ramai dibicarakan).

Sujoko dan Larasati (2017, p. 232) menyatakan bahwa perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah banyak mengubah aktivitas jurnalistik. Selain itu, menurut mereka media sosial tidak hanya sekedar situs berkomunikasi dan pertemanan, tetapi juga situs yang berpotensi sebagai media baru dalam memproduksi dan menyajikan informasi secara luas. Kondisi tersebut membuat banyak perusahaan media kemudian melakukan penyesuaian terhadap perkembangan teknologi.

*“Today, mobile and social media allow journalists to build their own brands by sharing their work directly with the audience and fostering an informal relationship with them”*, (saat ini perangkat seluler dan media sosial memungkinkan jurnalis membangun *branding* mereka sendiri dengan berbagi kegiatan seputar pekerjaan mereka secara langsung dan membangun hubungan informal dengan mereka), Adornato, dalam buku *“Mobile and Social Media Journalism”*. Menurut Sujoko dan Larasati (2017, p. 233) media sosial menyajikan pengetahuan bagi jurnalis

mengenai peristiwa atau yang sedang hangat diperbincangkan oleh masyarakat.

Nabila, dalam buku “Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0” menyatakan bahwa revolusi media dapat ditandai dengan adanya media tradisional dimana terdapat televisi, radio dan media cetak yang mulai beradaptasi dengan bentuk *online*. Media sosial diharapkan mampu mendukung media tradisional maupun konvensional dalam membuat khalayak lebih mudah terlibat dalam sebuah topik perbincangan.

Beberapa institusi media telah memanfaatkan media sosial untuk berperan serta dalam proses produksi informasi. Terlebih stasiun radio yang memiliki format kalangan muda sebagai target pendengar yang sangat akrab dengan media sosial. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sangat menjanjikan, dan banyaknya jumlah pengguna media sosial, terlebih dari kalangan anak muda yang semakin besar telah menjadikan platform media sosial sebagai pasar yang sangat menarik bagi mereka yang memahami bagaimana cara pemanfaatannya (Morlssan, 2014, p. 54).

Dalam bukunya “Mobile and Social Media Journalism”, Adornato menjelaskan bahwa konsumsi audiens adalah poin penting bagi panorama berita yang berkembang. Puspita dan Suciati (2020,

p. 134), mengungkapkan bahwa konsumsi berita tengah menghadapi perubahan, yaitu melalui perangkat seluler atau *mobile* dan media sosial. Selain itu, mereka juga menjelaskan jika “berita merupakan *mobile tools*” karena *mobile* adalah perangkat dominan untuk mengkonsumsi berita, sedangkan “berita bersifat sosial” karena pengguna jaringan internet lebih mencari informasi melalui media sosial ketimbang mencari disitus berita.

Dalam bukunya “*The Mobile Journalism Handbook, How To Make Broadcasts With an iPhone or iPad*”, Burum dan Quinn (2016), menjelaskan bahwa *mobile and social media journalism* diterapkan menggunakan ponsel dasar yang memiliki kamera dan mendapatkan hasil yang baik. Ponsel menjadi perangkat bagi manusia untuk berkomunikasi dan mencari informasi tanpa batas ruang gerak. Teknologi mampu mendekatkan seseorang tidak hanya dengan berita yang dilaporkan tetapi juga bagi seorang jurnalis (Puspita dan Suciati , 2020, p. 139).

Situs media sosial terus mengalami perubahan, sehingga media ini dipercaya akan tetap berkembang untuk ke depannya. Melalui media baru dengan karakter interaktivitasnya, khalayak dan jurnalis dapat terhubung. Pada era digital, pendengar radio dapat berpartisipasi melalui platform media sosial seperti Instagram,

Twitter, atau platform komunikasi pesan singkat Whatsapp (Hapsari, 2018, p. 66).

Seperti yang telah dijelaskan di atas maka radio memiliki kemampuan untuk memunculkan keterlibatan dua arah. Penulis memiliki tujuan untuk mengeksplorasi lebih dalam penggunaan *platform* digital yakni media sosial Instagram yang cukup melahirkan interaktivitas dengan jangkauan yang lebih luas. Seperti pemanfaatan media sosial Instagram pada fitur Q&A dan *Live* saat siaran berlangsung. Saat ini radio konvensional telah banyak berpadu dengan media sosial seperti Instagram demi menambah interaktivitas bersama pendengarnya agar tetap menjadi media pilihan.

### **2.2.2 Interaktivitas**

Interaktivitas merupakan hal yang berhubungan dengan perputaran tatap muka dan sarana komunikasi komputer (Downes & McMillan, 2000, p. 157). Secara umum, interaktivitas merupakan rangkaian aksi dan reaksi. Jensen (dalam Downes & McMillan, 2000, p. 158) mengungkapkan bahwa jika dilihat dari landasan sudut pandang sosial, interaktivitas adalah suatu interaksi di antara dua orang atau lebih di suatu keadaan yang kemudian mengolah karakter dan respons satu sama lain.

Menurut McMillan dalam buku "*Handbook of New Media: Student Editioni*" menyebutkan bahwa interaktivitas terbagi dalam tiga jenis, yakni:

## 1. *User to System*

Adalah jenis interaktivitas dengan teknologi web, seperti mengunduh, me-*link* pada fitur tertentu. Komunikasi ini bersifat satu arah, contohnya adalah fitur *polling*.

Lievrouw dan Livingstone (2006, p. 219-220) mengungkapkan bahwa interaksi yang dikendalikan oleh komputer mengasumsikan bahwa komputer akan ‘menyajikan’ informasi kepada pengguna yang akan menanggapi informasi tersebut. Selain itu menurutnya, interaksi yang dikendalikan oleh manusia mengasumsikan banyak individu yang lebih aktif dengan menggunakan alat komunikasi antarmuka yang telah disediakan oleh *programmer* untuk memperoleh informasi.

## 2. *User to User*

Jenis interaktivitas ini memiliki karakteristik komunikasi antar penggunanya atau antar-pengguna dengan pengelola situs dengan bentuk “*kirim dan respon*” yang terdapat dalam pesan singkat, *chat*, dan forum diskusi.

Tidak dapat dipungkiri bahwa media baru membawa perubahan terhadap komunikasi manusia (Lievrouw dan Livingstone, 2006, p. 211). Sudah banyak kajian literatur yang

mengenai interaksi manusia yang dapat berfungsi sebagai dasar pemeriksaan.

Menurut Lievrouw dan Livingstone (2006, p. 213) alat komunikasi seperti *email* dan *link* secara teoritis mampu membuka akses komunikasi dua arah, alat tersebut menyediakan saluran untuk seseorang yang akan memberikan umpan balik secara aktif dan memberikan kontrol atas komunikasi dua arah.

### 3. *User to Document*

Jenis interaksi ini terjadi dalam konstruksi yang terbagi dalam pesan *website*, misalnya seperti bagaimana pengguna berinteraksi dengan sebuah *website* dengan cara mengunggah komentar.

Menurut McMillan, interaksi jenis ini menyertakan “Penciptaan ulang”, isi atau konten yang dilaksanakan oleh *host* saat mem-*posting* informasi atau menyuguhkan informasi yang bisa mengubah isi sebuah pesan dari situs tersebut.

Lievrouw dan Livingstone (2006, p. 213) menyebutkan bahwa interaktivitas *user to document* dapat dilihat dari cara khalayak aktif menggunakan pesan media massa. Lebih lanjut, Lievrouw dan Livingstone mengungkapkan bahwa interaksi *user to document* berlaku untuk media lama dan media baru serta melibatkan interaksi dengan pembuat konten yang sebenarnya.



Selain itu, Lievrouw dan Livingstone menyebutkan bahwa bentuk lain dari interaksi *user to document* juga muncul di media tradisional. Secara khusus, beberapa bentuk interaktivitas *user to document* sebenarnya bergantung pada audiens yang aktif untuk menyediakan konten media tradisional. Menurutnya, panggilan telepon ke stasiun radio memungkinkan partisipasi audiens dalam pembuatan konten.

Dalam kacamata ilmu komputer, interaktivitas merupakan korelasi pengguna dengan komputer, seperti pada tontonan yang ada di komputer. Pengertian tersebut memfokuskan interaktivitas sebagai kekuatan pengguna untuk berkomunikasi secara langsung dengan komputer dan memiliki pengaruh pada pesan yang sedang dibuat (Fajri, 2017, p. 91).

Sementara jika ditelaah dari pendekatan komunikasi, interaktivitas adalah komunikasi yang dilakukan dua orang atau lebih. William, Rice, dan Rogers (dalam Fajri, 2017, p. 92) mendeskripsikan interaktivitas sebagai cara komunikasi komunikator yang memiliki kekuasaan pada peran serta dapat berganti peran dalam percakapan mereka.

Rafaeli (dalam, Boer, 2020, p 119) mengatakan bahwa terdapat tiga tingkatan dalam interaktivitas yang memfokuskan pada hubungan antarpesan di dalamnya, yakni: 1) Pesan *non-interactive*, dicirikan dengan adanya ketidakterkaitan antara satu pesan dengan yang lainnya. 2) Pesan reaktif, interaktivitas ini timbul ketika seseorang bereaksi dengan pesan

sebelumnya tetapi tidak mempertimbangkan riwayat. 3) Interaktivitas penuh/*full interactivity*, jenis interaktivitas ini cenderung cenderung memiliki isi pesan bersifat sapaan langsung.

### **2.2.3 *Computer-Mediated Communication***

Sandra Greiffenstern dalam bukunya “*The Influence of Computers, the Internet and Computer-mediated Communication on Everyday English*” mendefinisikan *Computer-mediated Communication* sebagai mode komunikasi yang heterogen; yakni ketika teknologi baru muncul, mode CMC baru juga muncul.

*Computer-Mediated Communication* atau dapat diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia berarti grup yang dimediasi komputer. Dalam artikel ilmiahnya yang berjudul “Computer Mediated Communication (CMC), Pola Baru Berkomunikasi”, Sri Hadijah Arnus (2015) menyebutkan bahwa dalam kerangka CMC komputer yang diartikan adalah tidak hanya sebatas *Personal Computer* (PC) atau Laptop, melainkan menyangkut perangkat yang berbasis komputer seperti *smartphone*, *tablet*, dan lain sebagainya yang disebut sebagai alat media baru komunikasi. Misalnya seperti, *email*, *chat room*, dan sesuatu yang berbasis internet (Astuti dan Aritonang, 2019, p. 39).

Menurut Greiffenstern (2019, p. 34) saat ini, komunikasi yang dimediasi oleh komputer tidak hanya mencakup bentuk-bentuk komunikasi

*email* atau web *chat*, tetapi juga pesan teks yang dikirim melalui telepon seluler (Greiffenstern, 2019, p. 34). Selain itu, menurutnya banyak situs web saat ini digunakan untuk bertukar pesan.

Model CMC memungkinkan seseorang untuk berkomunikasi dengan memanfaatkan alat yang berdasarkan komputer, dengan dukungan perangkat internet dan aplikasi yang memungkinkan seseorang untuk mengkonsumsi berita dari media *online*, bisa bermain permainan *online* bersama siapa pun dan di mana pun yang seolah-olah dekat dengan kita, dan bahkan tren berkomunikasi melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan lain sebagainya (Arnus, 2015).

Perbedaan utama dari mode CMC adalah antara CMC sinkron dan asinkron (Greiffenstern, 2019, p. 36) yakni;

1. CMC Sinkron

Komunikasi CMC sinkron mengharuskan peserta untuk *online* dan tersedia tersedia pada saat yang sama agar komunikasi dapat berlangsung dengan sukses. Pesan instan adalah contoh dari mode CMC sinkron.

Greiffenstern, (2019, p. 39) menyebutkan bahwa MUDS merupakan bentuk dari CMC sinkron. Istilah MUD adalah singkatan dari *Multi-User Dungeon, Domain*, atau *Dimension*. Lebih lanjut, Greiffenstern menjelaskan bahwa MUD merupakan permainan yang

multi pemain, para pemain dapat berinteraksi dalam lingkungan yang dibayangkan. Dunia maya berbasis internet juga merupakan pengembangan lebih lanjut dari MUD.

Menurut Greiffenstern, di antara mode sinkron CMC terdapat juga obrolan web yang memungkinkan percakapan dengan banyak peserta. Bahasa di ruang obrolan dapat sangat berbeda tergantung pada peserta dan topik obrolan.

## 2. CMC Asinkron

CMC asinkron merupakan komunikasi yang tidak mengharuskan peserta untuk *online* dan tersedia pada waktu atau tempat yang sama agar komunikasi dapat berlangsung dengan sukses. *Email* dan pesan teks adalah bentuk dari CMC asinkron. Pesan teks yang dikirim melalui ponsel juga dihitung sebagai CMC asinkron. Meskipun, sebenarnya pesan teks bukanlah komunikasi yang dimediasi komputer karena, awalnya dikirim dan diterima hanya melalui ponsel, bukan jaringan komputer.

Model CMC mulai berkembang di tahun 1980-an dan mengalir bersama perubahan teknologi digital serta informasi. Hadirnya bentuk komunikasi baru yang disediakan oleh teknologi digital melahirkan suatu persoalan baru seperti ketimpangan antara media konvensional dan komunikasi interpersonal.

Dalam penelitian interaktivitas dalam CMC, Rafaeli (1997) menyebut bahwa interaktivitas adalah konstruksi teoritis yang bergaulat dengan asal-usul keterikatan, daya tarik, dan daya pikat yang dapat melekat dalam kelompok yang dimediasi komputer. Interaktivitas merupakan kualitas variabel pengaturan komunikasi. Hal tersebut menunjukkan sejauh mana komunikasi melampaui reaksi (Rafaeli, 1988).

Rafaeli (1997) mengusulkan bahwa interaktivitas dikaitkan dengan kualitas pesan yang mengundang orang dan membuat orang tertarik pada grup di internet. Interaktivitas dapat menjadi mekanisme di mana terjadi jaringan internet. Rafaeli (1997) menjelaskan bahwa konsep interaktivitas mengarahkan fokus kita kepada persimpangan psikologis dan sosiologis, sebagai jembatan antara komunikasi massa dan antarpribadi, pertemuan komunikasi yang langsung, dan paradoks tertulis vs lisan.

Dalam jurnalnya pada 1988, Rafaeli membedakan antara konektivitas, reaktivitas, dan interaktivitas. Seiring perkembangannya, interaktivitas acap kali digunakan untuk kajian media digital. Bucy, (dalam Astuti & Aritonang, 2019, p. 40) menjelaskan bahwa terdapat dua bagian interaktivitas; 1) Interaktivitas konten. Interaktivitas konten mengimplikasikan pengaruh terhadap konsumsi informasi atas pemilihan dan performa dari konten, baik itu dalam bentuk audio, visual, multimedia maupun cerita. Tidak sama dengan media konvensional, platform *online* menyediakan kemudahan untuk berinteraksi. 2) Interaktivitas interpersonal.

Jenis yang kedua ini mengaitkan obrolan orang-ke-orang yang disediakan teknologi.

Konsep yang amat berguna ketika mengukur keefektifan dari CMC yakni interaktivitas. Interaktivitas sebagai faktor penting guna menilai sejauh mana media dan teknologi membangun timbal balik maupun timbal balik antara pengguna metode tersebut. Dalam riset mengenai CMC, Rafaeli (1997) berpendapat bahwa komunikasi yang sepenuhnya interaktif mengharuskan pesan selanjutnya dalam urutan apa pun memperhitungkan tidak hanya pesan yang mendahuluinya, tetapi juga cara di mana pesan sebelumnya menjadi reaktif. Interaktivitas dapat diperlihatkan untuk lebih banyak menghasilkan kerja sama.

#### **2.2.4 Interaktivitas Radio dan Digital**

Seperti yang telah dipaparkan diatas bahwa radio sudah menggunakan konsep siaran interaktif sejak lama. Radio dan interaktivitas radio merupakan perpaduan antara interaktivitas radio dengan interaktivitas yang ada di dunia digital. Perbedaan antara interaktivitas radio konvensional di era digital yakni, sebelumnya siaran interaktif sekedar untuk titip salam. Kini era digital telah melibatkan pendengar dengan cara modern seperti pada siaran radio Jak 101 FM yang melakukan Q&A dan *Live* Instagram saat siaran berlangsung. Ido Prijana Hadi (2020, p. 33) mengungkapkan bahwa terdapat pertukaran informasi atau saling berbagi informasi dari pendengar, setara dengan dua arah.

Dahulu kita hanya mengenal media radio, televisi, majalah, dan surat kabar, tetapi sekarang terdapat media baru yang berkaitan dengan teknologi dan lebih interaktif, seperti internet (Straubahaar dkk, 2011, p, 20). Maka tidak dipungkiri lagi saat ini media konvensional terlebih radio mulai banyak memadukan siarannya dengan media sosial untuk menghadirkan nuansa interaktif yang berbeda.

Praktik siaran interaktif memulai keterbukaan komunikasi, sehingga timbul keinginan khalayak untuk bisa berkomunikasi dengan lembaga pelayanan publik (Hadi, 2014, p. 271). Era digital telah merubah cara khalayak dalam mengonsumsi informasi dari media, menghadirkan prospek baru yang lebih interaktif. Dalam hal ini radio sadar dan kini tampil sebagai media informasi melalui medium digital dengan memadukan siaran radio konvensional dengan *platform* digital.

Radio telah memandang media sosial sebagai akomodasi pendengar untuk berinteraksi guna menciptakan nuansa percakapan yang lebih akrab (Dubber, 2013, p. 124). Menurut Straubhaar (2011) konten media sosial merupakan konten yang dibagikan melalui interaksi sosial. Stasiun media radio berpadu dengan media sosial untuk mendukung proses siaran interaktif dalam produksi informasi. Hal tersebut dapat memungkinkan khalayak untuk turut berinteraksi langsung dengan radio yang telah berpadu dengan *platform* digital.

Pendengar akan merasa senang berinteraksi dengan media apabila konten yang disajikan menarik untuk direspons sehingga memunculkan keterikatan antara siaran radio dengan pendengarnya. Interaktivitas secara terbuka dapat diterapkan melalui Instagram terlebih fitur *Q&A* dan *Live* di Instagram yang mudah diberikan tanggapan. Jika media konvensional hanya menyodorkan informasi yang pasif, media sosial menyodorkan interaktivitas (Lister, dkk., 2009, p. 21). Ketika media baru hadir, kini radio telah beradaptasi dan memperbarui strategi untuk meluaskan interaktivitas supaya tetap menjadi media dengan ciri khas personal. Selain itu, jenis interaktivitas *user to system*, *user to user*, dan *user to document* akan terdapat pada konten media sosial milik media.

### **2.3 Alur Penelitian**

Alur penelitian ini digunakan untuk menyelesaikan masalah yang ada secara terstruktur. Penelitian ini berangkat dari media radio konvensional di era digital yang turut mengikuti perkembangan teknologi dengan memadukan siaran melalui *platform* digital guna membuat nuansa interaktif yang berbeda dari interaktif yang sudah diterapkan radio sejak lama. Dimana keduanya memiliki karakteristik yang berbeda.

Penelitian ini dilakukan berdasarkan permasalahan angka pendengar radio yang mulai menurun dibandingkan dengan medium audio lainnya seperti Spotify. Sehingga mampu mendorong media konvensional untuk memadukan siarannya melalui *platform* digital untuk menghasilkan interaktivitas secara digital yang



akhirnya menciptakan *engagement* dengan pendengarnya. Berikut merupakan pembagian dari alur penelitian ini yang ditunjukkan dalam gambar dibawah ini.

Bagan 2.1 Alur Penelitian

