

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti meninjau referensi-referensi pustaka dengan tujuan supaya dapat mengetahui sumber data primer terkait topik penelitian ini, yaitu mengenai upaya radio dalam beradaptasi terhadap perubahan perilaku konsumsi radio oleh audiens dalam mengakses informasi maupun hiburan. Penelitian pertama, yaitu penelitian yang dilakukan Syam yang meneliti mediamorfosis radio dalam menghadapi persaingan media (Syam, 2021). Penelitian kedua, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Qibtiyah yang mengeksplorasi terkait strategi Radio Dangdut Indonesia (RDI) Banjarbaru dalam mempertahankan minat pendengar dengan program siaran Kopi Dangdut Pagi (Qibtiyah, 2020). Penelitian ketiga, yaitu penelitian yang dilakukan Haryati yang mendalami perubahan-perubahan pada tubuh radio sebagai upaya untuk menyesuaikan terhadap perubahan kebiasaan khalayak (Haryati, 2013). Penelitian keempat, penelitian yang dilakukan oleh Aini yang meneliti terkait strategi apa saja yang dijanjikan Radio Swara Kendal FM dalam upaya menjaga eksistensinya pada era media online (Aini, 2019). Penelitian kelima, penelitian yang dilakukan Wijaya yang mendalami pemanfaatan media sosial sebagai strategi dalam upaya mempertahankan *audience* pada era digital (Wijaya, 2020). Penelitian keenam, penelitian yang dilakukan oleh Gogali, dkk yang meneliti keberlangsungan radio pada era digital konten melalui program podcast pada Radio 101jakfm.com (Gogali & Tsabit, 2020). Di bawah ini merupakan penjelasan dari setiap penelitian tersebut:

##### 2.1.1 Strategi Radio Dalam Mempertahankan Eksistensi

Penelitian pertama yang dilakukan Syam (2021) berjudul “Mediamorfosis Radio Lazuar 94.1 FM Dalam Persaingan Industri Media”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui praktik mediamorfosis yang dilakukan Radio Lazuar 94.1 FM Karawang dalam menghadapi kompetisi industri media yang semakin ketat karena bertambah pesatnya perkembangan teknologi dan

informasi. Radio Lazuar 94.1 FM Karawang mengaplikasikan tiga prinsip mediamorfosis, yaitu (1) koevolusi, (2) konvergensi, (3) kompleksitas. Koevolusi adalah bentuk media komunikasi yang muncul kemudian berkembang sehingga memengaruhi bentuk media komunikasi lain dan terus meluas sehingga tercipta bentuk media baru. Dalam kasus Radio Lazuar 94.1 FM, bentuk media baru yang tercipta dari proses koevolusi adalah radio streaming.

Sedangkan konvergensi media merupakan penggabungan media-media yang sebelumnya berbeda bentuk ke dalam satu platform yang sama. Namun Jenkins (2006) memiliki pendapat lain dengan melihat konvergensi media sebagai proses berkelanjutan yang tidak boleh dipandang sebagai perpindahan media lama, tetapi lebih tepat adalah interaksi berbagai bentuk media yang berbeda platform. Dalam kasus Radio Lazuar 94.1 FM, konvergensi menciptakan transformasi radio menuju bentuk digital. Sementara kompleksitas merupakan gambaran kondisi kekacauan (*chaos*), tetapi melahirkan gagasan-gagasan baru yang mentransformasikan serta menghidupkan berbagai sistem. Pada kasus Radio Lazuar 94.1 FM, kompleksitas dapat dilihat dari terciptanya media baru yang merupakan buah ketidakpastian transisi menuju era digital yang terjadi pada media-media massa tradisional.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Syam (2021) dengan penelitian yang diteliti terletak pada sudut pandang yang diambil dalam melihat fenomena transformasi pada radio. Penelitian ini membahas latar belakang persaingan media yang menjadi faktor pendorong bagi radio untuk melakukan suatu respon tertentu, sementara penelitian yang diteliti mengambil latar belakang perubahan perilaku konsumsi radio oleh audiens sehingga membuat radio melakukan upaya-upaya penyesuaian. Selain itu, metode penelitian beserta pendekatan yang diaplikasikan juga berbeda. Penelitian ini memakai fenomenologi, sementara itu peneliti memakai kualitatif deskriptif. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti adalah sama-sama berfokus terhadap upaya radio untuk beradaptasi terhadap berbagai perubahan yang terjadi di sekitarnya.

### 2.1.2 Strategi Mempertahankan Minat Pendengar

Penelitian kedua yang dilakukan Qibtiyah (2020) dengan judul “Strategi Radio Dalam Mempertahankan Minat Pendengar (Studi Deskriptif Pada Program Siaran Kopi Dangdut Pagi RDI Banjarbaru)”. Penelitian ini hendak mengetahui strategi radio dalam mempertahankan minat pendengar. Hal tersebut dilatarbelakangi perkembangan media informasi yang ditandai dengan kemunculan media-media massa cetak dan elektronik sehingga membuat masyarakat memiliki beragam pilihan untuk berkomunikasi dan mengakses informasi. Merespons situasi itu, radio harus cermat dalam memetakan pendengar, baik dari segi geografis, demografis, maupun psikografis supaya dapat diperoleh gambaran peluang yang bisa dimanfaatkan oleh stasiun-stasiun radio. Dengan langkah tersebut, dapat diketahui selera khalayak terhadap konten tertentu pada radio sehingga tetap mampu bersaing dengan media-media baru. Hasil penelitian menunjukkan strategi Radio Dandut Indonesia (RDI) 103.9 FM Banjarbaru dalam mempertahankan minat pendengar menggunakan lima strategi, yaitu (1) strategi kesesuaian, (2) strategi pembentukan kebiasaan, (3) strategi pengontrolan arus pendengar, (4) strategi penyimpanan sumber-sumber program, serta (5) strategi daya penarik massa. Peneliti pada penelitian ini menggunakan program siaran Kopi Dangdut Pagi sebagai representasi untuk mengeksplorasi strategi yang diterapkan oleh RDI Banjarbaru untuk mempertahankan minat pendengar. Namun begitu, juga terdapat hambatan-hambatan dalam mengaplikasikan kelima strategi tersebut, seperti (1) kerusakan pemancar radio, (2) faktor cuaca, (3) pemadaman listrik, (4) hilangnya *playlist* ketika terjadi pemadaman listrik, dan (5) kecocokan pasangan antar penyiar.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Qibtiyah (2020) dengan penelitian yang diteliti adalah fokus penelitian. Penelitian ini berfokus pada strategi yang dijalankan radio dalam upaya untuk mempertahankan minat pendengar. Strategi tersebut juga merupakan bentuk upaya yang dilakukan oleh radio dalam menyikapi perubahan tren konsumsi radio oleh audiens yang terjadi karena perkembangan dunia informasi dan komunikasi. Hal itu senada dengan fokus penelitian yang diteliti, yaitu menelaah upaya yang dilakukan oleh radio di dalam beradaptasi terhadap perubahan perilaku konsumsi radio oleh audiens yang turut dipengaruhi beragam transformasi digital. Sementara persamaan penelitian yang dilakukan Qibtiyah (2020) dengan penelitian yang diteliti terletak pada kesamaan metode dan pendekatan penelitian, yaitu kualitatif deskriptif.

### 2.1.3 Transformasi Radio

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Haryati (2013) dengan judul “Transformasi Radio Dan Perubahan *Habits* Khalayak”. Penelitian ini bertujuan mengetahui perubahan pada radio dalam beradaptasi terhadap perubahan serta pergeseran kebiasaan khalayak dalam mengakses radio pada era perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi (TIK). Hasil penelitian pertamanya dilatarbelakangi dari perubahan dalam mengonsumsi konten radio yang ditunjukkan para khalayak secara alamiah mengelompokkan pendengar menjadi dua jenis, yaitu yang terintegrasi melalui audio (siaran FM dan *streaming* online) serta pendengar yang terbiasa mengakses website dan jaringan media sosial. Keduanya memiliki karakteristik yang berbeda. Pendengar yang mengakses konten radio melalui internet cenderung memiliki kemampuan lebih dalam hal teknologi, atau bahkan ahli dalam bidang itu. Golongan ini merupakan pengguna aktif platform-platform pada internet serta tergabung ke dalam kelompok sosial yang selalu tertarik terhadap berbagai hal baru pada dunia hiburan. Sementara pendengar melalui siaran FM, termasuk juga *streaming* online, lebih kepada pengguna dengan tipikal *follower*. Khalayak bertipe seperti itu cenderung pasif karena tidak memiliki cukup waktu maupun kemampuan mengembangkan hal-hal baru.

Terkelompokannya dua jenis pendengar itu membentuk karakteristik para pelaku radio yang memberi gambaran terkait paradigma radio pada masa sekarang, yaitu *smart listener*, *smart customer*, *smart crew*, dan *smart owner*. Keempatnya memiliki tuntutan di dalam menjalankan peran masing-masing. *Smart listener* ingin radio terus berkembang, seperti akses ke konten yang dapat dilakukan dari satu pintu. *Smart customer* ingin transparansi dalam profil khalayak beserta respon terhadap konten yang disiarkan karena berpengaruh terhadap iklan yang dipasang. *Smart Crew* menginginkan fleksibilitas sehingga memudahkan dalam bekerja. *Smart owner* ingin bisnis radio yang diperbaharui sehingga dapat menghasilkan sumber pendapatan baru di luar iklan. Dari kelimanya, radio terus berbenah dalam menyesuaikan terhadap perubahan kebiasaan khalayak media pada masa sekarang. Kebanyakan dari radio memilih siaran *streaming* sebagai salah satu implementasinya karena menilik tingginya penggunaan internet sehingga sudah menunjang dari segi sarana maupun prasarananya.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Haryati (2013) dengan penelitian yang diteliti terletak pada radio yang diteliti. Penelitian ini menjelaskan fakta yang terjadi pada radio secara keseluruhan dan general tanpa mengambil subjek penelitian stasiun radio tertentu. Sementara penelitian yang diteliti mengambil dua stasiun radio yang berbeda latar belakang, yaitu LPP RRI Yogyakarta serta Radio Retjo Buntung 99.4 FM Yogyakarta, sebagai subjek penelitian untuk merepresentasikan upaya radio dalam beradaptasi terhadap perubahan perilaku konsumsi radio oleh audiens dengan dilihat dari sudut pandang radio penyiaran publik milik pemerintah maupun stasiun radio swasta. Sedangkan persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti terletak pada fokus penelitian. Penelitian ini dan penelitian yang diteliti berkonsentrasi terhadap kaitan antara transformasi yang terjadi pada radio dengan pergeseran tren konsumsi radio oleh audiens dalam memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan. Di samping itu, juga menggunakan metode dan pendekatan penelitian yang sama, yaitu kualitatif deksriptif.

#### **2.1.4 Strategi Mempertahankan Eksistensi Di Era Media Online**

Penelitian keempat yang dilakukan oleh Aini (2019) dengan judul “Strategi Radio Swara Kendal FM Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Media Online”. Penelitian ini hendak mengetahui strategi stasiun radio untuk bertahan pada era media online dengan mengambil Radio Swara Kendal FM sebagai representasi. Hasil penelitian menunjukkan Radio Swara Kendal FM menerapkan strategi penyimpanan sumber-sumber program, seperti penyimpanan sumber daya manusia (SDM), perangkat siaran, dan materi program. Radio Swara Kendal FM juga mencoba mempertahankan khalayaknya dengan cara, antara lain turut serta melibatkan pendengar dalam kegiatan *off air*, seperti saat peringatan ulang tahun radio tersebut. Selain itu, untuk merespons persaingan dengan radio-radio sejenis lain, Radio Swara Kendal FM menciptakan inovasi dalam bentuk website, streaming radio, serta membuat laman Instagram, Facebook, Twitter, dan kanal YouTube. Langkah itu sebagai sarana untuk mendekatkan dengan kalangan muda yang sudah terbiasa menggunakan gawai pintar untuk berbagai tujuan dalam kehidupan keseharian.

Perbedaan penelitian yang dilakukan Aini (2019) dengan penelitian yang diteliti adalah fokus penelitian. Penelitian ini berbicara terkait strategi radio secara keseluruhan dalam upaya mempertahankan eksistensi pada era media online. Strategi mempertahankan eksistensi itu juga

termasuk dalam upaya radio untuk menyikapi perubahan perilaku konsumsi radio sehingga tetap dapat menjadi acuan bagi peneliti untuk mendalami hal yang sama. Sementara itu, persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti terletak pada metode serta pendekatan penelitian yang digunakan, yaitu kualitatif deskriptif.

### **2.1.5 Pemanfaatan Media Sosial**

Penelitian kelima yang dilakukan oleh Wijaya (2020) dengan judul “Strategi Star Radio Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Upaya Mempertahankan *Audience* Di Era Digital”. Penelitian ini bermaksud mengetahui strategi radio dalam memanfaatkan media sosial pada era digital yang bertujuan untuk mempertahankan *audience*-nya. Hal tersebut dilatarbelakangi oleh perubahan kebiasaan masyarakat dalam mengonsumsi informasi dan berkomunikasi yang salah satu faktornya dari penggunaan serta pemanfaatan media sosial yang semakin masif pada era digital. Fenomena tersebut membuat radio berstrategi agar tidak ditinggalkan audiens dengan mengembangkan konten melalui *new media*, tidak hanya pada siaran *on air*. Hasil penelitian menunjukkan, Star Radio mampu memanfaatkan platform-platform digital yang dimiliki dengan baik, terutama YouTube dan Instagram, untuk mempertahankan audiens pada era digital. Cara yang dilakukan adalah dengan menghubungkan konten siaran ke platform digital, utamanya Instagram dan YouTube. Dari situ diharapkan tercipta relasi dengan audiens untuk mengundang influencer-influencer ternama dalam upaya menarik minat mereka terhadap Star Radio.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2020) dengan penelitian yang diteliti terkait fokus penelitian. Penelitian ini berfokus pada pemanfaatan media sosial sebagai bentuk respons radio terhadap perubahan kebiasaan masyarakat dalam mengonsumsi informasi serta berkomunikasi dengan sesama yang dipengaruhi faktor penggunaan media sosial yang semakin masif pada era digital. Sedangkan penelitian yang diteliti ingin mencari tahu dan menggali lebih dalam terkait upaya radio untuk beradaptasi terhadap perubahan perilaku konsumsi radio yang ditunjukkan oleh audiens. Walau begitu, baik penelitian ini maupun penelitian yang diteliti sama-sama mengangkat tentang perubahan kebiasaan audiens dalam mengakses informasi maupun hiburan melalui radio sebagai landasan untuk menelaah apa yang ditampilkan radio terhadap

fenomena itu. Kemudian persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti terletak pada metode dan pendekatan penelitian yang digunakan, yaitu kualitatif deskriptif.

### **2.1.6 Podcast Sebagai Sarana Eksistensi Radio**

Penelitian keenam dilakukan Gogali dan Tsabit (2020) berjudul “Eksistensi Radio Dalam Program Podcast Di Era Digital Konten (Studi Deskriptif Program Podcast 101jakfm.com)”. Penelitian ini hendak mengeksplorasi terkait potensi untuk mempertahankan eksistensi radio di era *new media* melalui program podcast. Hasil penelitian ini menunjukkan Radio 101 Jak FM telah mengikuti perkembangan pada era digital dengan memanfaatkan konten digital audio, yaitu podcast, yang sedang digemari masyarakat. Radio 101 Jak FM memiliki empat program podcast: Tawco (Tawuran Ngaco) Podcast, Colenak (Celoteh Anak) Podcast, Podcast Sarapan Seru, dan Custom Podcast. Keempat podcast itu memiliki karakteristik menghibur dan berisi pembahasan-pembahasan terkait topik tertentu. Walau memiliki program podcast, Radio 101 Jak FM tetap tidak mengesampingkan siaran radio konvensional sehingga berjalan beriringan.

Perbedaan penelitian yang dilakukan Gogali dan Tsabit (2020) dengan penelitian yang diteliti terkait fokus penelitian. Penelitian ini langsung melihat podcast sebagai bentuk respon radio terhadap perubahan era media. Sedangkan penelitian yang diteliti ingin mencari tahu serta mendalami upaya secara keseluruhan yang dilakukan oleh radio untuk menyesuaikan terhadap perubahan perilaku konsumsi radio oleh audiens dalam mengakses informasi maupun hiburan. Adapun penelitian ini dan penelitian yang diteliti memiliki kesamaan dalam hal metode serta pendekatan penelitian yang diaplikasikan, yaitu kualitatif deskriptif.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu yang Terkait dengan Penelitian

No	Judul, Nama Penelitian, Tahun Penelitian	Kata Kunci	Metode dan Pendekatan Penelitian	Kesimpulan	Persamaan dan Perbedaan dari Penelitian Sebelumnya
1	Mediamorfosis Radio Lazuar 94,1 FM Dalam Persaingan Industri Media	<i>Mediamorfosis, Radio Lazuar 94,1 FM, Konvergensi, Radio, Media</i>	Fenomenologi	Radio Lazuar 94.1 FM menerapkan tiga prinsip mediamorfosis: koevolusi, konvergensi, dan kompleksitas. Ketiganya merupakan respon terhadap perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat hingga membuat persaingan ketat antar media untuk merebut atensi khalayak luas, termasuk radio.	<p><b>Persamaan:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Sama-sama fokus terhadap upaya radio untuk menyesuaikan terhadap berbagai perubahan yang terjadi di sekitar radio.</li> </ul> <p><b>Perbedaan:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Sudut pandang yang digunakan untuk melihat fenomena yang ada dan ditemukan pada penelitian.</li> <li>-Perbedaan metode dan pendekatan penelitian.</li> </ul>



2	<p>Strategi Radio Dalam Mempertahankan Minat Pendengar (Studi Deskriptif Pada Program Siaran Kopi Dangdut Pagi RDI Banjarbaru) oleh Qibtiyah (2020)</p>	<p>Strategi Radio, Mempertahankan Minat, Pendengar</p>	<p>Kualitatif Deskriptif</p>	<p>Terdapat lima strategi yang diterapkan RDI Banjarbaru: strategi kesesuaian, pembentukan kebiasaan, pengontrolan arus pendengar, penyimpanan sumber-sumber program, dan daya penarik massa. Namun juga terdapat hambatan dalam mempertahankan minat pendengar, seperti faktor cuaca, pemadaman listrik, dan kerusakan alat pemancar radio.</p>	<p><b>Persamaan:</b> -Menggunakan metode dan pendekatan penelitian yang sama, yaitu kualitatif deskriptif.</p> <p><b>Perbedaan:</b> -Fokus penelitian. Penelitian ini berfokus pada strategi radio dalam mempertahankan minat pendengar. Sedangkan penelitian yang diteliti terkait upaya radio untuk menyesuaikan perubahan perilaku konsumsi radio oleh audiens dalam mengakses informasi maupun hiburan.</p>
3	<p>Transformasi Radio dan Perubahan Perilaku Khalayak</p>	<p>Transformasi radio, radio <i>streaming</i>, <i>e-listener</i></p>	<p>Kualitatif Deskriptif</p>	<p>Perubahan kebiasaan khalayak media di masa sekarang memunculkan transformasi pada</p>	<p><b>Persamaan:</b> -Menggunakan metode dan pendekatan penelitian yang sama, yaitu</p>

				<p>radio karena berbagai pergeseran yang terjadi dalam paradigma radio saat ini. Perubahan kebiasaan yang ditunjukkan khalayak itu adalah salah satu efek dari berkembangnya Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang berpengaruh terhadap hampir seluruh sendi kehidupan.</p>	<p>kualitatif deskriptif.</p> <p>-Fokus penelitian sama-sama terkait korelasi antara transformasi pada radio dengan pergeseran tren kebiasaan audiens dalam mengonsumsi siaran radio.</p> <p><b>Perbedaan:</b></p> <p>-Subjek penelitian. Penelitian ini tidak mengambil stasiun radio tertentu sebagai subjek penelitian karena menjelaskannya secara general. Sementara penelitian yang diteliti menetapkan dua stasiun radio sebagai subjek penelitian, yaitu Radio RB 99.4 FM dan LPP RRI Yogyakarta.</p>
4	Strategi Radio Swara Kendal	Strategi, LPPL,	Kualitatif Deskriptif	Radio Swara Kendal FM	<p><b>Persamaan:</b></p> <p>-Menerapkan</p>

	<p>FM Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Media Online oleh Aini (2019)</p>	<p>program, dakwah, dan media online</p>		<p>membagi dua strategi dalam usahanya mempertahankan eksistensi di era media online, yaitu strategi menghadapi persaingan dengan usaha sejenis dan media lain serta strategi untuk mempertahankan <i>audience</i>.</p>	<p>metode dan pendekatan penelitian yang sama, yaitu kualitatif deskriptif.</p> <p><b>Perbedaan:</b></p> <p>-Fokus penelitian. Penelitian ini terkait mempertahankan eksistensi radio, sedangkan penelitian yang diteliti tentang upaya penyesuaian radio terhadap perubahan perilaku konsumsi radio oleh audiens.</p>
5	<p>Strategi Star Radio Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Upaya Mempertahankan <i>Audience</i> Di Era Digital oleh Wijaya (2020)</p>	<p><i>Strategy, Utilization, Community Habits</i></p>	<p>Kualitatif Deskriptif</p>	<p>Strategi yang diterapkan Star Radio dengan memanfaatkan media sosial untuk mempertahankan <i>audience</i> pada era digital didasari serta dilandasi oleh adanya penyesuaian terhadap perkembangan</p>	<p><b>Persamaan:</b></p> <p>-Mengaplikasikan metode dan pendekatan penelitian yang sama, yaitu kualitatif deskriptif.</p> <p>-Sama-sama melihat audiens sebagai entitas yang harus dipertahankan oleh</p>

				<p>teknologi dan pergeseran budaya di masyarakat.</p>	<p>stasiun radio.</p> <p><b>Perbedaan:</b></p> <p>-Penelitian ini lebih menekankan pada pemanfaatan media sosial sebagai strategi radio, sedangkan penelitian yang diteliti berkonsentrasi terhadap upaya menyeluruh yang dilakukan radio dalam menyesuaikan perubahan perilaku konsumsi radio oleh audiens dalam mengakses informasi maupun hiburan.</p>
6	<p>Eksistensi Radio Dalam Program Podcast Di Era Digital Konten (Studi Deskriptif Program Podcast</p>	<p>Eksistensi, Radio, Podcast</p>	<p>Kualitatif Deskriptif</p>	<p>Dalam upaya menjaga eksistensinya pada era digital konten, Radio 101 Jak FM membuat program podcast untuk menciptakan suasana baru</p>	<p><b>Persamaan:</b></p> <p>-Menerapkan metode dan pendekatan penelitian yang sama, yaitu kualitatif deskriptif.</p> <p><b>Perbedaan:</b></p> <p>-Fokus penelitian.</p>

<p>101jakfm.com) oleh Gogali &amp; Tsabit (2020)</p>			<p>sehingga tetap mengikuti perkembangan jaman.</p>	<p>Penelitian ini secara spesifik menjadikan program podcast pada radio sebagai cara untuk mempertahankan eksistensi radio. Sedangkan penelitian yang diteliti menelaah upaya yang dilakukan radio, yang belum diketahui sebelumnya oleh peneliti, dalam menyikapi perubahan perilaku konsumsi radio yang ditunjukkan audiens secara luas.</p>
--	--	--	---	--

## 2.2 Kerangka Teori

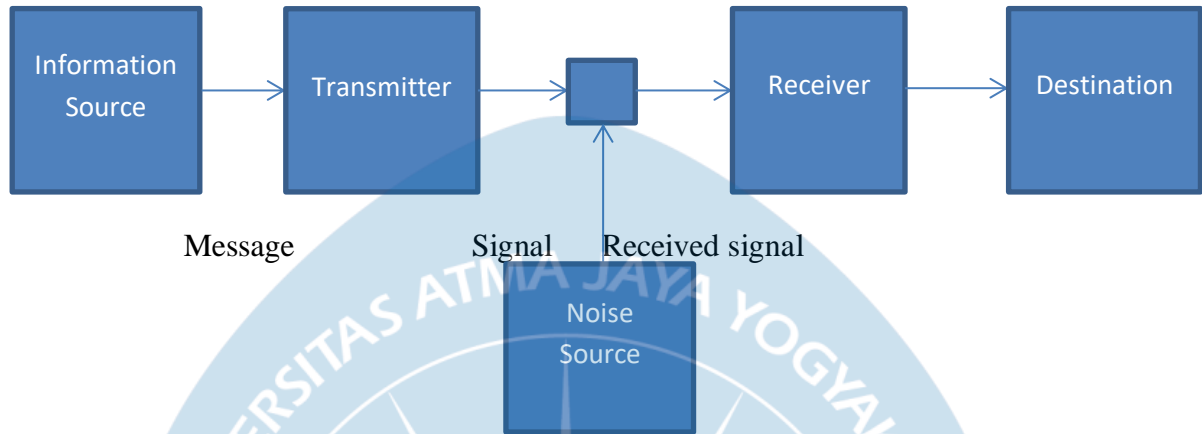
Berikut merupakan pemaparan kerangka teoritis pada penelitian ini:

### 2.2.1 Informasi dan Komunikasi

Pada era digital saat ini, internet memegang peran penting dalam perkembangan dunia komunikasi dan informasi. Hine (dalam Nasrullah, 2012) mengemukakan internet dapat didekati dengan dua aspek, yaitu internet sebagai kultur (budaya) serta internet sebagai artefak kultural atau peninggalan kebudayaan. Kedua aspek itu dapat membuat perbedaan sudut pandang di dalam sebuah penelitian. Sebagai sebuah budaya, internet merupakan model komunikasi yang lebih sederhana bila dibandingkan dengan komunikasi tatap muka secara langsung (Baym, dalam Nasrullah, 2012). Sedangkan dalam konteks artefak kultural, internet dapat dipandang sebagai seperangkat program komputer yang memungkinkan penggunaannya untuk melakukan interaksi, memunculkan berbagai bentuk komunikasi, dan saling bertukar informasi (Nasrullah, 2012).

Internet merupakan sebuah fenomena sosial yang membawa tantangan perubahan bagi media-media massa tradisional. Proses penyebaran informasi turut mengalami transformasi yang dipengaruhi adanya jaringan besar yang menghubungkan perangkat-perangkat keras (*hardware*). Jaringan itu membuat orang-orang di seluruh dunia saling terkoneksi sehingga membawa kemudahan dalam berkomunikasi serta akses terhadap informasi berbagai hal. Sebelum memahami pola yang terbentuk dari sistem jaringan tersebut secara lebih jauh, peneliti terlebih dahulu bercermin pada model komunikasi Claude Shannon dan Warren Weaver berikut ini:

**Gambar 1. Model Komunikasi Shannon dan Weaver**



*Sumber: Shannon, C. and Weaver, W. The Mathematical Theory Of Communication. Urbana: University of Illinois Press.*

Dari bagan model komunikasi di atas, dapat dilihat sumber informasi (*information source*) mengirimkan pesan melalui pemancar (*transmitter*) kepada penerima pesan atau sasaran komunikasi (*receiver*). Sumber informasi dapat berwujud macam-macam, seperti manusia atau entitas tertentu. *Transmitter* adalah media yang mengirimkan pesan kepada *receiver*. Dalam konteks radio, *transmitter* adalah pemancar yang berfungsi mengubah pesan dari sumber menjadi sinyal sehingga bisa disebarluaskan melalui medium-medium komunikasi. Terdapat saluran (*channel*) yang pada bagan di atas digambarkan dengan kotak kecil di tengah yang berperan sebagai medium dalam proses penyampaian pesan. *Channel* tersebut dilewati sinyal yang ditransmisikan sehingga pesan yang dibuat dapat diterima dengan baik oleh *receiver*. Adapun *noise source* pada bagan diidentifikasi sebagai gangguan yang berpotensi menjadi kendala dalam proses penransmisian pesan serta dapat mempengaruhi sinyal yang dipancarkan sehingga secara langsung maupun tidak langsung akan membuat pesan tidak diterima dengan sempurna oleh *receiver*. Lalu pesan yang sampai kepada *receiver* akan menuju tujuan akhir (*destination*) komunikasi, yaitu otak dari penerima pesan.

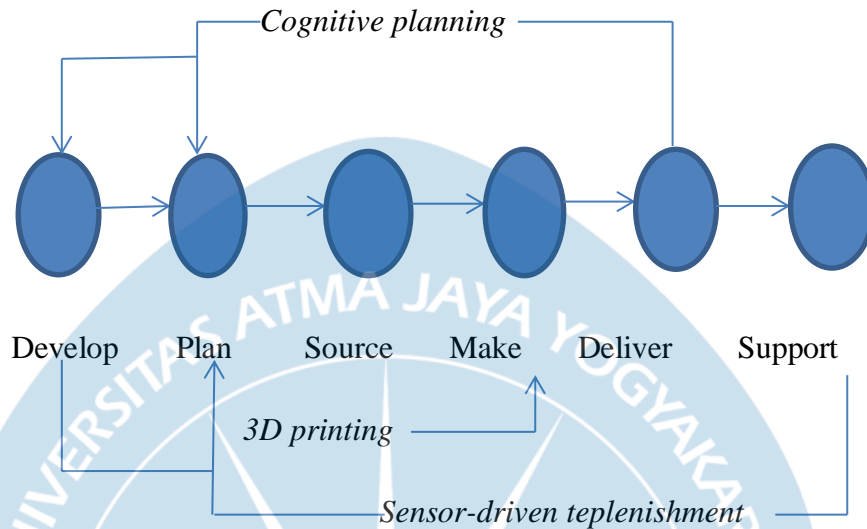
### 2.2.2 Perspektif Komunikasi Pada Era Revolusi Industri 4.0

Perubahan kebiasaan masyarakat dalam mengonsumsi radio tidak terlepas dari adanya revolusi industri 4.0 yang memengaruhi hampir seluruh sendi kehidupan. Ruliana dan Lestari (2019) menyebut revolusi industri 4.0 merupakan wujud kemajuan teknologi baru dengan mengintegrasikan dunia fisik, digital, serta biologis yang telah memengaruhi semua disiplin ilmu, ekonomi, industri, dan pemerintah. Salah satu ciri era industri 4.0 adalah semakin meningkatnya digitalisasi serta otomasi dalam kehidupan sehari-hari manusia. Hal itu membawa konsekuensi berupa perubahan-perubahan yang ditimbulkan, seperti menjamurnya sistem belanja online yang memberi kemudahan dalam memenuhi kebutuhan manusia tanpa harus meninggalkan rumah.

Pada bidang komunikasi, era industri 4.0 juga membuat beragam pergeseran pada sistem dan budaya di dalamnya. Berbagai fenomena itu menimbulkan implikasi-implikasi komunikasi yang menandakan pergeseran-pergeseran tersebut berdampak pada ekosistem komunikasi dengan kemunculan beraneka ragam saluran, media, pesan, dan komunikasi yang saling berinteraksi satu dengan lainnya serta berfungsi menjalankan peran masing-masing. Berbagai teknologi pada era industri 4.0 juga menciptakan potensi interaksi antar titik jaringan yang sulit terjadi pada era-era sebelumnya. Organisasi maupun perorangan, baik secara langsung atau tidak langsung, sudah dapat saling terhubung. Era industri 4.0 juga menggeser proses komunikasi dari bentuk linear sekuensial menuju sistem terbuka yang saling berhubungan (Ruliana dan Lestari, 2019). Berikut di bawah adalah gambaran perubahan model komunikasi pada era revolusi industri 4.0:

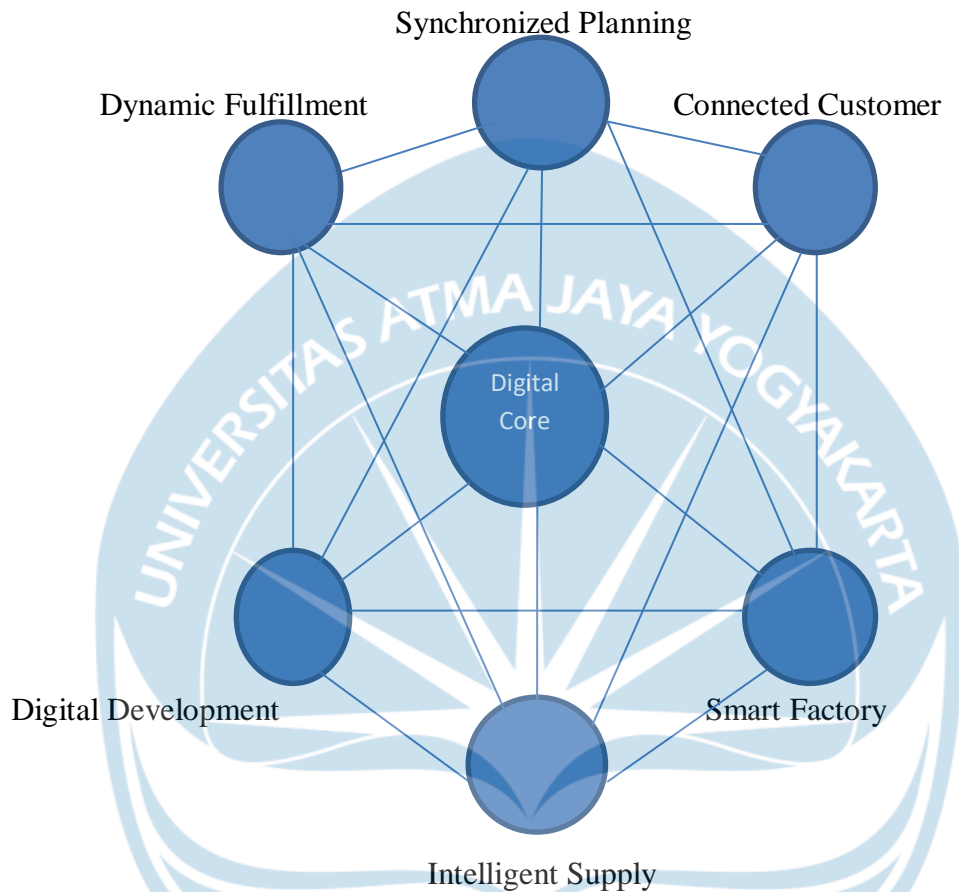


**Gambar 2. Traditional Supply Chain**



Pola pertama adalah *traditional supply chain*, yang merupakan gambaran terkait sistem yang menggunakan metode terdahulu. Sistem ini masih mengaplikasikan cara-cara lama dalam memproduksi sesuatu untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pasar. Pada *traditional supply chain*, pola yang terbentuk adalah horizontal dari kiri menuju kanan yang menggambarkan sebuah proses panjang dari tahap pengembangan (*develop*) hingga penunjang (*support*) yang berurutan melewati empat tahapan.

**Gambar 3. Digital Supply Networks**



Pola kedua adalah *digital supply networks*, merupakan sistem yang menggunakan cara-cara terkini sehingga lebih adaptif terhadap perubahan serta perkembangan zaman. Pola ini menekankan pola kerja berbasis digital serta menuntut kecepatan, kenyamanan, dan akurasi. Dengan keberadaan *digital supply networks*, dapat meningkatkan kolaborasi, menghubungkan serta mengaitkan dengan sumber data, membuat visualisasi data menjadi menarik, serta lebih berorientasi sekaligus berpandangan ke depan. Dalam *digital supply networks*, pola yang terbentuk berpusat pada elemen digital sebagai inti yang dikelilingi oleh enam elemen pendukung. Antara elemen inti dan pendukung saling terhubung satu dengan yang lain yang menandakan adanya saling ketergantungan antara elemen-elemen tersebut. Hal itu memperlihatkan sebuah sistem yang adaptif terhadap perubahan serta

perkembangan zaman. Dengan keadaan itu, membuat setiap pengaruh perubahan yang masuk dapat lebih mudah diterima.

### **2.2.3 Teori *New Media***

Teori media baru atau *new media* dikembangkan serta dipopulerkan oleh Pierre Levy yang menjadi pedoman dalam menelaah perkembangan media dari masa ke masa. Dalam teori media baru, terdapat dua pandangan yang ditonjolkan, terdiri dari pandangan interaksi sosial dan pandangan integrasi sosial (Feroza & Misnawati, 2020). Pandangan interaksi sosial melihat perbedaan media berdasarkan kedekatan terhadap interaksi tatap muka. Keberadaan WWW (*World Wide Web*) menurut Pierre Levy mampu menciptakan lingkungan informasi yang fleksibel, dinamis, terbuka, dan memungkinkan bagi manusia untuk mengembangkan pengetahuan baru guna terlibat dalam dunia demokratis tentang pemberian kuasa serta mutual berdasarkan masyarakat dan lebih interaktif. Sementara itu pandangan integrasi sosial dipahami sebagai peritualan media karena menjadi kebiasaan, sesuatu yang bersifat formal dan bernilai lebih besar dari penggunaan media itu sendiri, atau bagaimana manusia memanfaatkan media untuk sarana tertentu.

Pada dasarnya, media baru atau *new media* merupakan istilah yang merujuk pada media-media dalam jaringan dengan basis teknologi internet dan bersifat fleksibel serta interaktif yang berfungsi untuk kepentingan publik maupun kelompok tertentu (Mondry, 2008). Sementara itu menurut McQuail (2011), media baru adalah istilah untuk berbagai teknologi komunikasi dengan digitalisasi serta tersedia dalam cakupan yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Kemunculan media baru merupakan bentuk inovasi dari media-media tradisional yang memerlukan adaptasi terhadap perkembangan teknologi yang semakin masif. Media massa tradisional tersebut tidak hilang begitu saja, tetapi berproses dan menyesuaikan dalam bentuk media baru. Dalam *new media*, terdapat lima aspek yang terdiri dari:

1. *New media* sebagai hiburan, kesenangan, dan pola konsumsi media.
2. *New media* adalah cara baru untuk menggambarkan dunia sebagai masyarakat virtual.
3. *New media* merupakan bentuk relasi baru teknologi media dan penggunaannya.
4. *New media* adalah pengalaman baru dari gambaran baru seseorang, identitas, maupun komunitas.
5. *New media* adalah konsepsi antara hubungan biologis tubuh manusia dengan teknologi media.

Dalam pandangan Creeber dan Martin (2009), media massa pada era sekarang memaksimalkan bentuk-bentuk digitalisasi dari yang sebelumnya hadir dengan bentuk cetak serta analog, antara lain surat kabar, televisi, sinema, dan radio. Media baru hadir dalam bentuk-bentuk antara lain podcast, media sosial seperti Facebook, Twitter, serta Instagram, platform video seperti YouTube, dan lain sebagainya. Bentuk-bentuk media lama memperoleh digitalisasi agar mampu berkompetisi di tengah ketatnya persaingan antar media.

Menurut Luik (2020), terdapat dua bentuk pembagian jenis media baru, yaitu berdasarkan fungsi media dan lingkup kajian riset tentang media baru serta perubahan yang terjadi. Berdasarkan fungsi media, media baru memiliki fungsi produksi konten komunikasi media, fungsi penyebaran konten yang dihasilkan, dan fungsi penggunaan atau konsumsi konten komunikasi media yang telah diproduksi. Sementara itu *new media* memiliki andil terhadap berbagai perubahan yang terjadi, seperti komunikasi yang telah dimediasi oleh komputer, pendistribusian serta konsumsi teks media diidentifikasi oleh interaktivitas dan format hipertekstual, realitas virtual, dan transformasi pada tubuh media-media massa.

Lebih lanjut, *new media* memiliki lima karakteristik sebagai berikut:

1. Digital, yang berdampak terhadap perubahan pada tataran produksi, distribusi, dan penggunaan media baru.
2. Interaktif, mengacu kepada keterlibatan pengguna terhadap teks media, yang salah satunya dilihat dari relasi pengguna dan sumber informasi yang menjadi lebih independen.
3. Hipertekstual, didefinisikan sebagai saling bertautannya satu teks dengan teks lain yang jamak ditemukan pada *new media* dan didukung oleh keberadaan *hyperlink*.
4. Berjejaring, merujuk kepada saling terkoneksi media-media baru dengan sarana internet sehingga memudahkan bagi para pengguna untuk lebih aktif berkontribusi, baik untuk kepentingan menginterpretasi/memaknai maupun memproduksi.
5. Virtual, dipahami sebagai bentuk-bentuk komunikasi dalam jaringan (daring) yang menghasilkan suatu ruang besar pada dunia maya.

## **2.3 Kerangka Konsep**

Supaya dapat mendalami alur penelitian ini, peneliti membuat kerangka konseptual yang merupakan kerangka teori yang diturunkan dan dijabarkan ke dalam kerangka konsep. Atas dasar itu, peneliti membagi kerangka konsep dalam dua sub-sub bab, yaitu digitalisasi yang berpengaruh terhadap konsumsi radio sebagai sub-sub bab pertama serta upaya radio dalam menyesuaikan perubahan perilaku konsumsi radio oleh para audiens sebagai sub-sub bab kedua.

### **2.3.1 Pengaruh Digitalisasi Terhadap Konsumsi Radio**

Perkembangan dunia digital yang semakin masif membawa pengaruh terhadap perubahan konsumsi radio. Berdasarkan penelusuran tinjauan pustaka yang dilakukan, perkembangan dunia digital mampu mendisrupsi berbagai bidang di dalam kehidupan sehari-hari, termasuk informasi dan komunikasi. Hal tersebut memicu bermunculannya

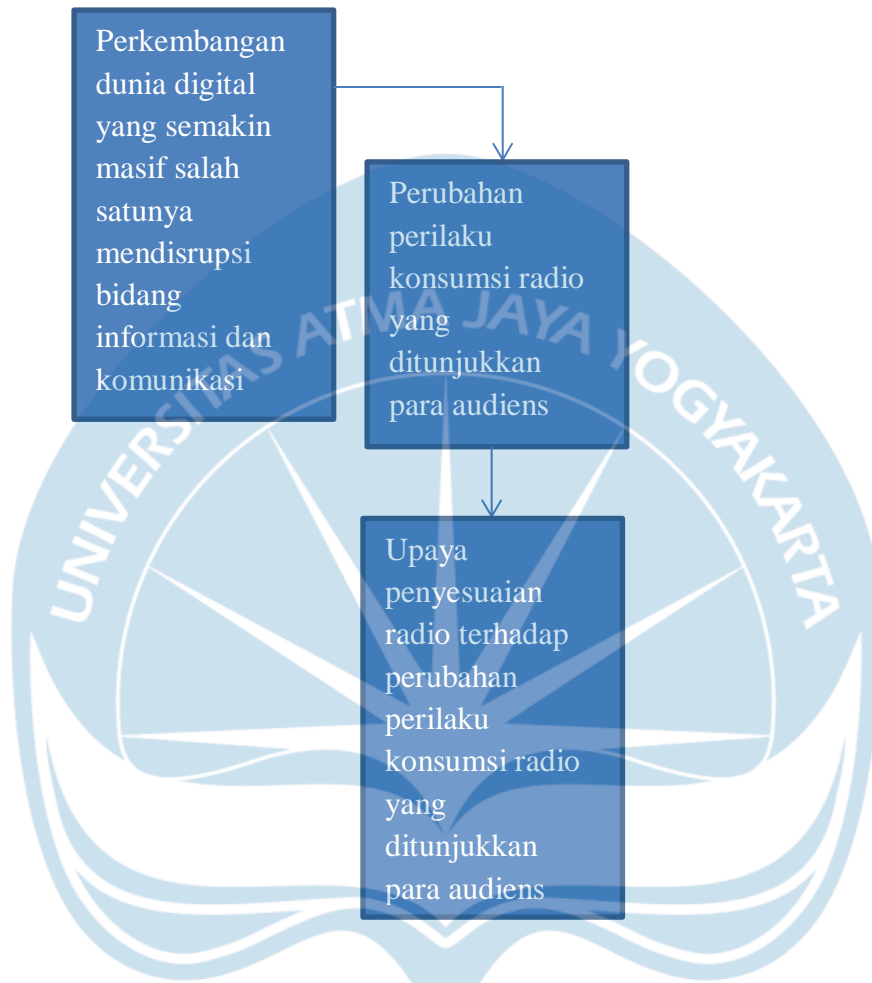
berbagai media baru yang memberi lebih banyak opsi sarana informasi dan komunikasi serta merubah perilaku para audiens dalam mengonsumsi media, termasuk radio. Dari latar belakang masalah penelitian ini, keberadaan internet membuat perubahan besar pada ekosistem media seluruh dunia. Penelitian ini mengeksplorasi Radio Retjo Buntung 99.4 FM dan LPP RRI Yogyakarta dalam kaitannya dengan pengaruh digitalisasi terhadap dua stasiun radio tersebut.

### **2.3.2 Upaya Penyesuaian oleh Radio**

Perkembangan dunia digital yang semakin dinamis menuntut stasiun-stasiun radio untuk menyesuaikan dengan berbagai perubahan yang terjadi pada media di era sekarang, termasuk konsumsi radio oleh para audiens. Berdasarkan penelusuran tinjauan pustaka yang dilakukan, stasiun-stasiun radio melakukan migrasi digital dan diimplementasikan dengan membangun berbagai saluran digital untuk tujuan yang relatif sama, antara lain mempertahankan minat pendengar dan mempertahankan eksistensi di era media online. Dari latar belakang penelitian ini, stasiun-stasiun radio masih dapat tetap eksis asalkan terbuka untuk berinovasi dengan memanfaatkan sarana teknologi terkini. Penelitian ini mengeksplorasi upaya yang dilakukan Radio Retjo Buntung (RB) 99.4 FM dan LPP RRI Yogyakarta dalam menyesuaikan perubahan perilaku konsumsi radio yang ditunjukkan para audiens.

Pada subbab ini, peneliti mengaitkan variabel-variabel pada penelitian untuk menjelaskan hubungan antar variabel tersebut. Di bawah ini merupakan kerangka konsep dalam bentuk bagan yang menampilkan keterkaitan antara variabel satu dengan lainnya:

**Gambar 4. Kerangka Konsep**



#### **2.4 Variabel Penelitian**

Sugiyono (2009) berpendapat, variabel penelitian merupakan segala sesuatu berbentuk apapun yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari sehingga dapat diperoleh informasi tentang hal tersebut dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan variabel bebas (*independent variable*) serta variabel terikat (*dependent variable*).

#### **2.4.1 Variabel Bebas (*Independent Variable*)**

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain, maka dari itu disebut juga variabel stimulus karena menjadi sebab berubahannya atau munculnya variabel terikat (Sugiyono, 2014). Pada penelitian ini, yang menjadi variabel bebas adalah perkembangan dunia digital dan perubahan perilaku konsumsi radio oleh audiens.

#### **2.4.2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)**

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain dan menjadi akibat dari keberadaan variabel bebas sehingga disebut juga sebagai variabel konsekuen, kriteria, atau *output* (Sugiyono, 2014). Pada penelitian ini, yang menjadi variabel terikat adalah upaya penyesuaian oleh radio terhadap perubahan perilaku konsumsi radio para audiens.

