

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah dilakukan, baik Radio Retjo Buntung (RB) 99.4 FM dan Lembaga Penyiaran Publik (LPP) Radio Republik Indonesia (RRI) Yogyakarta sama-sama mempraktikkan konvergensi media, terutama transformasi digital di dalamnya, sebagai upaya menyesuaikan perubahan perilaku konsumsi radio oleh audiens. Konvergensi yang dijalankan kedua stasiun radio yang beroperasi di wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) itu secara garis besar sama-sama menyangkut konvergensi teknologi walaupun kedua stasiun radio berbeda latar belakang, dalam hal ini radio milik swasta dan radio milik negara. Konvergensi teknologi tersebut membuat keduanya tidak lagi hanya beroperasi sebagai radio yang hanya mengandalkan siaran secara teresterial, tetapi juga multiplatform. Radio RB 99.4 FM dan LPP RRI Yogyakarta melebarkan sayap ke platform-platform lain, di antaranya YouTube, website, radio streaming, hingga sosial media. Transformasi digital yang dipraktikkan keduanya semakin memperlihatkan bahwa pada masa kini radio dapat berperan pula sebagai media digital seperti layaknya media-media baru. Sekaligus juga menandakan konten siaran radio juga dapat diakses lewat berbagai alternatif platform secara lebih praktis dan mudah dengan menyesuaikan terhadap perkembangan tren kebiasaan audiens pada era digitalisasi serta perkembangan dunia digital.

Walaupun begitu, juga terdapat perbedaan-perbedaan di antara kedua stasiun radio dalam menyesuaikan perubahan perilaku konsumsi radio oleh audiens. Radio RB 99.4 FM memiliki ciri khas tetap berusaha memelihara relasi dengan para audiensnya melalui kegiatan luar siaran atau *off-air*, bahkan terdapat wadah khusus untuk hal itu berupa komunitas pendengar. Melalui cara tersebut, sekaligus dapat menjadi sarana untuk menangkap selera serta minat audiens terhadap konten siaran radio, secara khusus Radio Retjo Buntung (RB) 99.4 FM. Sementara itu LPP RRI Yogyakarta dengan statusnya sebagai stasiun radio milik negara yang bertugas sebagai media verifikator, menjadi lebih berhati-hati dalam hal pemberitaan pada era digital seperti sekarang. Dengan semakin banyaknya informasi yang berseliweran di ruang maya, LPP RRI Yogyakarta

memiliki tanggung jawab untuk menangkal penyebaran berita bohong atau *hoax* agar informasi yang disampaikan kepada audiens tidak keliru dan dapat dipertanggungjawabkan.

5.2 Saran

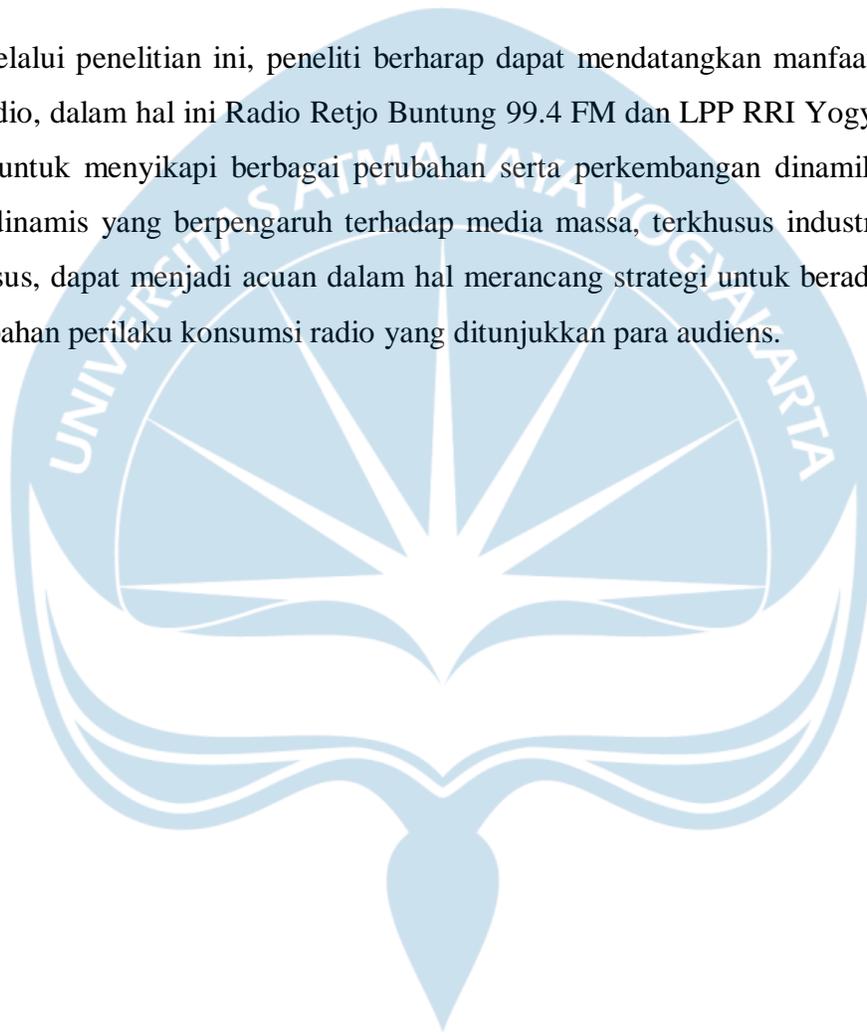
Meskipun penelitian ini mampu untuk memberi kontribusi secara teoritis dan praktis terhadap, peneliti mengakui masih adanya keterbatasan dalam penelitian ini. Penelitian ini berfokus terhadap upaya yang ditunjukkan oleh Radio Retjo Buntung (RB) 99.4 FM dan Lembaga Penyiaran Publik (LPP) Radio Republik Indonesia (RRI) Yogyakarta dalam rangka menyesuaikan dengan perubahan perilaku konsumsi radio oleh audiens. Walau begitu, tidak sampai pada pengaruh yang ditimbulkan dari transformasi digital yang dilakukan, baik dari sisi siaran (*on air*) maupun di luar siaran (*off air*). Hal tersebut karena penelitian ini memang hanya difokuskan pada langkah-langkah yang dijalankan oleh kedua stasiun radio, dalam hal ini Radio Retjo Buntung 99.4 FM dan LPP RRI Yogyakarta.

Oleh karena itu, peneliti menyampaikan saran-saran setelah meneliti dan mengamati topik permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini. Saran ditujukan kepada kedua stasiun radio maupun siapa saja yang akan meneliti topik penelitian serupa. Kepada Radio RB 99.4 FM dan LPP RRI Yogyakarta, peneliti menyampaikan saran terkait pemanfaatan teknologi yang semakin berkembang, sehingga harus ditingkatkan dan dimaksimalkan pihak pengelola kedua stasiun radio tersebut untuk terus menghadirkan siaran radio berbasis internet dengan menghadirkan program-program yang lebih beragam dan adaptif terhadap tren selera, minat, serta kebutuhan yang ditunjukkan khalayak luas. Pada akhirnya, transformasi digital yang sudah berjalan harus terus berlanjut dan dikembangkan dengan melihat tren serta kebutuhan pasar, dalam hal ini audiens.

Di samping itu, peneliti berharap keduanya tetap memperhatikan kepentingan audiens dengan terus memunculkan konten-konten yang mengedukasi serta mencerahkan melalui platform-platform digital yang mudah diakses oleh khalayak luas, di saat semakin gencarnya penyebaran berita bohong di tengah masyarakat. Sedangkan bagi yang akan meneliti topik penelitian serupa, peneliti menyampaikan catatan supaya penelitian yang akan datang dapat mengeksplorasi lebih jauh terkait efek yang ditimbulkan dari transformasi digital radio, baik

dari sudut pandang audiens maupun stasiun radio. Selain itu, peneliti menyarankan untuk adanya penelitian lanjutan dengan melihat perbandingan antara transformasi digital yang dilakukan radio dan televisi dalam berstrategi untuk menyikapi serta beradaptasi terhadap era digitalisasi.

Melalui penelitian ini, peneliti berharap dapat mendatangkan manfaat kepada kedua stasiun radio, dalam hal ini Radio Retjo Buntung 99.4 FM dan LPP RRI Yogyakarta, sebagai masukan untuk menyikapi berbagai perubahan serta perkembangan dinamika zaman yang semakin dinamis yang berpengaruh terhadap media massa, terkhusus industri radio. Secara lebih khusus, dapat menjadi acuan dalam hal merancang strategi untuk beradaptasi terhadap tren perubahan perilaku konsumsi radio yang ditunjukkan para audiens.



DAFTAR PUSTAKA

- Albarran, Alan B., et al. (2007). *“What Happened to Our Audience?” Radio and New Technology Uses and Gratifications Among Young Adult Users*. *Journal of Radio Studies*, 14 (2), 92-101.
- Annur, Cindy M. (2022). *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*. Databoks.katadata.co.id. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- Creeber, Glen. dan Martin, Royston (ed.). (2009). *Digital Cultures: Understanding New Media*. Berkshire-England: Open University Press.
- Creswell, John W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. (4th ed). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Danesi, Marcel. (2010). *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Effendi, Agus R. (2014). *Peran Program Director Radio Retjo Buntung Dalam Mempertahankan Format Station*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Effendy, Onong U. (1986). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Penerbit Remadja Karya CV.
- Feroza, Cindie S. (2020). *Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhopii.Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan*. Skripsi. Palembang: Universitas Bina Darma.

Fidler, Roger. (2003). *Mediamorfosis: Memahami Media Baru*. Yogyakarta: Bentang Budaya.

Haryanto, Ignatius. (2023, Mei 29). “Menyelisik Keinginan Audiens Media”.

Harian Kompas, h.1.

Haryati. (2013). *Transformasi Radio dan Perubahan Habits Khalayak*. 1-28. Diakses dari

http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!%40file_artikel_abstrak/Isi_Artikel_771434079132.pdf

Holmes, David. (2005). *Teori Komunikasi (Media, Teknologi, Masyarakat)*. Yogyakarta:

Pustaka Belajar.

Idrus, Muhammad. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan*

Kuantitatif. (2nd ed). Jakarta: Penerbit Erlangga.

Indraswari, Debora L. (2021, September 5). “Eksistensi Radio di Era Digital”.

Harian Kompas, h.4.

Kosasih, Dian T. (2021). *Melihat Bisnis Radio Saat Pandemi Covid-19*. Liputan6.com.

Diakses dari <https://www.liputan6.com/saham/read/4482263/melihat-bisnis-radio-saat-pandemi-covid-19>

Krotz, Friedrich. (2007). Meta-Proses “Mediatisasi” sebagai Kerangka Konseptual. *Media dan*

Komunikasi Global, 3(3), 256-260.

Luik, Jandy E. (2020). *Media Baru: Sebuah Pengantar*. Jakarta: Prenada Media Group.

McLuhan, Marshall. (1962). *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typhographic Man*.

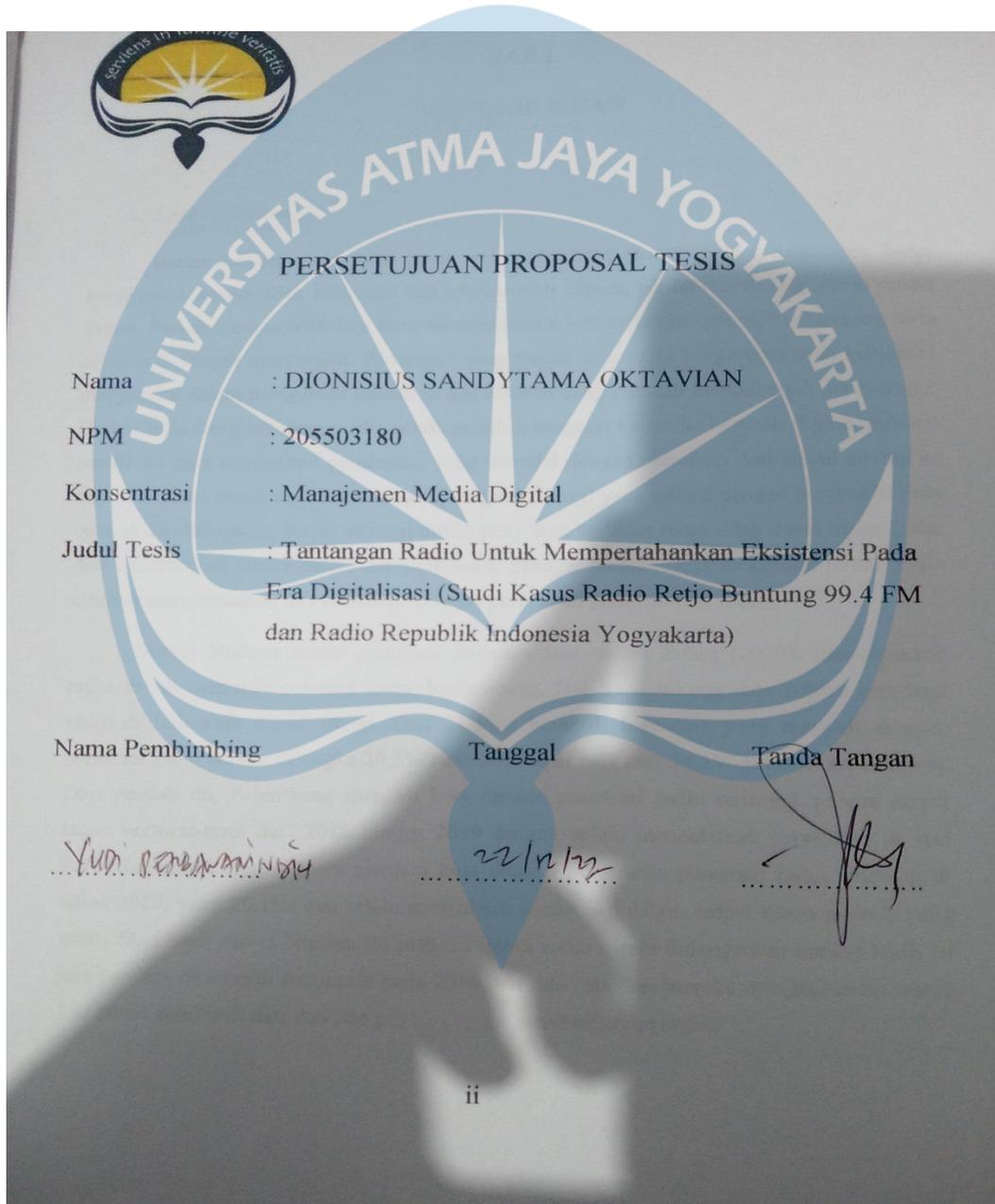
Toronto: University of Toronto Press.

- McQuail, Denis. (1992). *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. London: SAGE Publications Inc.
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mulyana, Deddy. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pusparisa, Yosepha. (2020). *Pengguna Smartphone diperkirakan Mencapai 89% Populasi pada 2025*. Databoks.katadata.co.id. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/15/pengguna-smartphone-diperkirakan-mencapai-89-populasi-pada-2025>
- Rachmawatie, A. (2011). *Media dan Perubahan Sosial: Suara Perlawanan Melalui Radio Komunitas*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rahayu, Wahyono, B., Rianto, P., Kurnia, N., Wendratama, E., Siregar, A.E. (2015). *Menegakkan Kedaulatan Telekomunikasi & Penyiaran Di Indonesia*. Yogyakarta: Pemantau Regulasi dan Regulator Media (PR2Media).
- RENSTRA. Rencana Strategis LPP RRI 2020-2024. Jakarta. 2020.
- Rivers, W.L., Peterson, T., Jensen, J.W. (2003). *Media Massa & Masyarakat Modern*. (2nd ed). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ruliana, P. dan Lestari, P. (2019). *Teori Komunikasi*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.

- Sarosa, Samiaji. (2021). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: PT. Kanisius.
- Staiger, J. dan Hake, S. (2009). *Convergence Media History*. New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Sudibyo, Agus. (2004). *Ekonomi Politik Media Penyiaran*. Yogyakarta: LKiS.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, Nana S. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Suparmo, Ludwig. (2011). *Aspek Ilmu Komunikasi dalam Public Relations*. Jakarta: PT. Indeks.
- Syam, K.N.F.B. (2021). *Mediamorfosis Radio Lazuar 94,1 FM Dalam Persaingan Industri Media*. (Skripsi Sarjana, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). Diakses dari <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/55790>
- Tapsell, Ross. (2017). *Kuasa Media di Indonesia: Kaum Oligarki, Warga, dan Revolusi Digital*. Tangerang Selatan: CV. Marjin Kiri.
- Qibtiyah, Mariyatul. (2020). *Strategi Radio Dalam Mempertahankan Minat Pendengar (Studi Deskriptif Pada Program Siaran Kopi Dangdut Pagi RDI Banjarbaru)*. Diakses dari <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/3196/>

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Lembar Pengesahan Proposal Tesis

Gambar 26. Lembar Pengesahan Proposal Tesis

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PERSETUJUAN PROPOSAL TESIS

Nama : DIONISIUS SANDYTAMA OKTAVIAN
NPM : 205503180
Konsentrasi : Manajemen Media Digital
Judul Tesis : Tantangan Radio Untuk Mempertahankan Eksistensi Pada Era Digitalisasi (Studi Kasus Radio Retjo Buntung 99.4 FM dan Radio Republik Indonesia Yogyakarta)

Nama Pembimbing : Yudi Permanaingih
Tanggal : 22/12/22
Tanda Tangan : [Signature]

ii

LAMPIRAN 2. Surat izin penelitian

Gambar 27. Surat Izin Penelitian kepada Radio RB 99.4 FM

 **FAKULTAS ILMU SOSIAL
DAN ILMU POLITIK**
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

Yogyakarta, 02 Januari 2023

Nomor: 01/Pen/Prodi S2/2023
Perihal: Permohonan Ijin Wawancara

Kepada
Pimpinan Radio Retjo Buntung
Jl. Jagalan No.36, Jagalan Beji,
Purwokinanti, Pakualaman,
Kota Yogyakarta 55112

Dengan hormat,

Yang bertandatangan di bawah ini, Ketua Program Studi S2 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta, memohon izin bagi mahasiswa kami :

Nama : Dionisius Sandytama Oktavian
No. Mahasiswa : 205503180
No. Telepon : 081336401090

Diperkenankan melakukan wawancara untuk pengumpulan data terkait strategi yang diterapkan radio Retjo Buntung 99.4 FM dalam menghadapi tantangan untuk mempertahankan eksistensi pada era digitalisasi dengan dosen pembimbing Yudi Perbawaningsih, Dra., M.Si., Dr.Phil

Adapun judul tesis mahasiswa kami adalah :
TANTANGAN RADIO UNTUK MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI PADA ERA DIGITALISASI (Studi Kasus Radio Retjo Buntung 99.4 FM dan Radio Republik Indonesia Yogyakarta)

Kami perlu menyampaikan, bahwa kegiatan tersebut dilakukan semata-mata bersifat ilmiah dan intern Fakultas. Oleh karena itu data-data yang akan diperoleh tidak diperkenankan untuk maksud ataupun tujuan lain.

Atas perhatian dan perkenannya, kami mengucapkan terima kasih.


Ketua Program Studi S2 Ilmu Komunikasi,
Mario Antonius Birowo, Drs., M.A., Ph.D.

Alamat
Kampus IV FIDIP
Jalan Babarsari 06 Yogyakarta 55281
URL
www.usjy.ac.id

Kontak
Telepon +62-274-487711
Fax +62-274-481746
Surel ftr.p@usjy.ac.id



Gambar 28. Surat Izin Penelitian kepada LPP RRI Yogyakarta


**FAKULTAS ILMU SOSIAL
DAN ILMU POLITIK**
 UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

Nomor: 02/Pen/Prodi S2/2023
Perihal: Permohonan Ijin Wawancara

Yogyakarta, 02 Januari 2023

Kepada
Kepala LPP RRI Yogyakarta
Jl. Ahmad Jazuli No.4, Kotabaru,
Kec. Gondokusuman, Kota Yogyakarta,
Daerah Istimewa Yogyakarta 55224

Dengan hormat,
Yang bertandatangan di bawah ini, Ketua Program Studi S2 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta, memohon izin bagi mahasiswa kami :

Nama : Dionisius Sandytama Oktavian
No. Mahasiswa : 205503180
No. Telepon : 081336401090

Diperkenankan melakukan wawancara untuk pengumpulan data terkait strategi yang diterapkan Radio Republik Indonesia Yogyakarta dalam menghadapi tantangan untuk mempertahankan eksistensi pada era digitalisasi dengan dosen pembimbing Yudi Perbawaningsih, Dra., M.Si., Dr.Phil

Adapun judul tesis mahasiswa kami adalah :
TANTANGAN RADIO UNTUK MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI PADA ERA DIGITALISASI (Studi kasus Radio Retjo Buntung 99.4 FM dan Radio Republik Indonesia Yogyakarta)

Kami perlu menyampaikan, bahwa kegiatan tersebut dilakukan semata-mata bersifat ilmiah dan intern Fakultas. Oleh karena itu data-data yang akan diperoleh tidak diperkenankan untuk maksud ataupun tujuan lain.

Atas perhatian dan perkenannya, kami mengucapkan terima kasih.

Ketua Program Studi S2 Ilmu Komunikasi,

 FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Mario Antonius Birowo, Drs., M.A., Ph.D.

Alamat
Kampus IV FISIP
Jalan Babarsari 06 Yogyakarta 55281

Kontak
Telepon : +62-274-487711
Faks : +62-274-487748
Surel : fasip@atmajaya.ac.id

LAMPIRAN 3. Lembar disposisi izin penelitian

Gambar 29. Lembar Disposisi KBTU

LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK
RADIO REPUBLIK INDONESIA YOGYAKARTA
Jl. Ahmad Jazuli No. 4 Yogyakarta 55224 Telp. (0274) 512783, 512784, 512785

Scara,

DISPOSISI - KBTU

Terima Tanggal : 04 Januari 2023 Nomor Agenda :08
 Dari : Fispd/ univ atmajaya yogyakarta
 Nomor Surat : 02/ Pen/ Prodi 52/2023
 Tanggal Surat : 12 Desember 2022
 Peihal : Permohonan izin wawancara

Sekretaris KBTU	Kasubag SDM	Kasubag Keuangan	Kasubag Umum	Pejabat Pengadaan	Bendahara Pengeluaran
Saran/Pendapat/Usul					
Diketahui					
Diperhatikan					
Ditampung					
Ditanggapi/Dijawab					
Dilaksanakan					
Diedarkan					
Dilaporkan					
Diproses/Dikelesaikan					
Mewakili/Menandatangani					
Konsepkan Jawaban					
Dievaluasi/Diteliti					
File / Arsip					

d. lalusa...

Yogyakarta, 5 - 1 - 2023
 Plh. Kepala Bagian Tata Usaha,
Suwanta, SH
 NIP. 19670921 199003 1 002

Catatan: dilarang memisahkan setelahpun dari berkas yang tersusun ini, terhadap hal-hal yang bersifat rahasia agar di jaga

Gambar 30. Lembar Disposisi KEPSTA

**LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK
RADIO REPUBLIK INDONESIA YOGYAKARTA**
Jln. Amat Jazuli No. 4 Yogyakarta 55224 Telp. (0274) 512783, 512784, 512785

DISPOSISI - KEPSTA

Terima Tanggal : 4 Januari 2023 Nomor Agenda : 8
 Dari : FISIPOL UNIV ATMAJAJA Yogyakarta
 Nomor Surat : 02 / Pen / Prati S2 / 2023
 Perihal : Permohonan izin wawancara

Sekretariat	Ka. Bagian Tata usaha	Koordinator Programa Siaran	Koordinator Pembefitaan	Koordinator LPU	Koordinator TMB	Ketua KORPRI	Pejabat Pembuat Komitmen
Mewakili/Menghadiri							
Diliput							
Diproses/Diselesaikan							
Ditindaklanjuti							
Dikoordinasikan							
Dilaksanakan							
Ditanggapi/Dijawab							
Konsepkan Jawaban							
Saran/Pendapat/Usul							
Diedarkan							
Dilaporkan							
Diketahui							
File / Arsip							

Mohon dibantu, ts

Catatan : dilarang memisahkan sehalapn dari berkas yang tersusun ini, terhadap hal-hal yang bersifat rahasia agar di jaga
 Yogyakarta, 4 Jan 2023
 Kepala RRI Yogyakarta,
Nazwin Achmad
 Nazwin Achmad, S.Sos., M.AP.

LAMPIRAN 4. Pedoman wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

Radio Retjo Buntung (RB) 99.4 FM

1. Bagaimana Radio Retjo Buntung 99.4 FM memandang perubahan perilaku konsumsi radio yang ditunjukkan oleh para audiens?
2. Sebagai stasiun radio swasta, apa saja tantangan yang dihadapi oleh Radio RB 99.4 FM dalam upaya mempertahankan eksistensi di tengah gempuran media-media baru serta berbagai tren media yang terus berkembang?
3. Pada momen apa Radio Retjo Buntung 99.4 FM mulai mempertimbangkan untuk melakukan suatu terobosan atau perubahan guna menyikapi berbagai perkembangan pada industri radio?
4. Secara garis besar, strategi apakah yang diterapkan Radio RB 99.4 FM untuk menyesuaikan dengan berbagai perkembangan pada industri radio?
5. Bagaimana implementasi strategi tersebut?
6. Dalam penerapannya, apa saja perubahan atau pergeseran yang terjadi pada operasional Radio RB 99.4 FM, baik dalam tataran *on air* maupun *off air*?
7. Terkait konvergensi radio, sejauh mana Radio RB 99.4 FM mempraktikannya?
8. Bentuk konvergensi media seperti apa yang dijalankan Radio RB 99.4 FM?
9. Program apa yang menjadi unggulan dan ditonjolkan Radio RB 99.4 FM kepada audiens pada era digitalisasi seperti sekarang?
10. Bagaimana cara Radio RB 99.4 FM memelihara hubungan dengan para audiens?
11. Bagaimana cara Radio RB 99.4 FM mengintegrasikan program *on air* dan *off air* dengan elemen-elemen digital yang semakin menjadi tuntutan zaman?

LPP RRI Yogyakarta

1. Bagaimana LPP RRI Yogyakarta memandang perubahan perilaku konsumsi radio yang ditunjukkan oleh para audiens?
2. Sebagai Lembaga Penyiaran Publik, apakah tantangan yang dihadapi RRI Yogyakarta dalam hal perubahan perilaku konsumsi radio yang ditunjukkan oleh para audiens dirasa sama dengan stasiun-stasiun radio swasta? Jika terdapat perbedaan, di mana letak perbedaannya?
3. Sebagai Lembaga Penyiaran Publik milik pemerintah, hal apa yang menjadi perhatian RRI Yogyakarta untuk menjaga kepercayaan masyarakat?
4. Sejak kapan LPP RRI Yogyakarta mulai mempertimbangkan melakukan suatu inovasi guna menyikapi berbagai perkembangan pada industri radio?
5. Secara garis besar, strategi apakah yang diterapkan oleh LPP RRI Yogyakarta dalam upaya menyesuaikan terhadap berbagai perkembangan pada industri radio?
6. Bagaimana implementasi strategi tersebut?
7. Dalam penerapannya, apa saja perubahan atau pergeseran yang terjadi pada operasional LPP RRI Yogyakarta, baik dalam tataran *on air* maupun *off air*?
8. Terkait konvergensi radio, sejauh mana LPP RRI Yogyakarta mempraktikannya?
9. Bentuk konvergensi media seperti apa yang dijalankan oleh LPP RRI Yogyakarta?
10. Dalam berkonvergensi, apakah RRI Yogyakarta sepenuhnya berpedoman pada kebijakan RRI pusat atau ada kebijakan tertentu yang diambil sendiri?
11. Program apakah yang menjadi unggulan dan ditonjolkan LPP RRI Yogyakarta kepada para audiens pada era digitalisasi seperti sekarang?
12. Bagaimana model komunikasi yang dibangun LPP RRI Yogyakarta kepada para audiens di era digitalisasi seperti sekarang?

13. Bagaimana cara LPP RRI Yogyakarta dalam mengintegrasikan program *on air* dan *off air* dengan elemen-elemen digital yang semakin menjadi tuntutan zaman?

LAMPIRAN 5. Hasil wawancara

Wahyu Sudarmawan (Direktur Operasional Radio Retjo Buntung 99.4 FM)

P (Pewawancara): Bagaimana strategi Radio Retjo Buntung 99.4 FM untuk tetap eksis pada era digital?

I (Informan): Setelah tahun 2010, perkembangan telepon genggam (handphone) mulai bergeser. Semisal, dari yang tadinya SMS berubah menjadi berbasis android. Di situ juga bisa searching internet, kemudian muncul Blackberry Massanger, terus berubah menjadi WhatsApp, Telegram, macam-macam. Itu semua bisa diakses dengan menggunakan gadget, ini malapetaka buat radio. Waktu itu kami mulai berpikir keras untuk mempertahankan radio ini, terutama Retjo Buntung. Dari yang tadinya pendengar RB berjumlah 2,5 juta, terus merosot hingga tiba-tiba empat tahun terakhir ini pendengarnya hanya 350.000. Tapi pelan-pelan turunnya. Dari 2,5 juta, lalu 2,3 juta, dan seterusnya. Akhirnya kita harus berpikir keras, bagaimana merubah kenyataan di lapangan, bahwa akhirnya pelayanan itu ternyata tergantung dengan yang namanya teknologi. Teknologi itu sendiri orang radio berpikir bahwa teknologi ke depan nanti siarannya tidak FM analog, tetapi FM digital. Jadi pemancarnya yang diganti, nanti suaranya menjadi lebih jernih. Kemudian radio berlomba-lomba merubah AM menjadi FM. Suaranya menjadi sangat kinclong. Para ahli lalu teknologi membuat pemancar FM digital. Terus alat-alat siaran kita di Retjo Buntung mixernya digital, komputer sudah menggunakan raduga, memakai jazler, itu basisnya semua sudah digital. Lalu komputer tidak bisa hanya komputer murahan, harus komputer yang basisnya bagus supaya raduga dan jazler yang terbaru bisa masuk ke situ. Kemudian kita lari ke streaming melalui Jogja Streamers, tapi lambat laun kita berpikir jika hanya streaming saja tidak menarik. Lalu muncul YouTube yang terus dikaitkan dengan Google AdSense. Dari situ lalu Radio RB 99.4 coba untuk merambah ke media sosial, antara lain YouTube, Instagram, dan Facebook serta kanal website yang dihubungkan dengan Google AdSense. Google AdSense menjadi penting karena pendengar yang terus berkurang sehingga berpengaruh terhadap turunnya pendapatan.

P: Dari medsos tersebut apakah ada strategi untuk menggaet pendengar muda, terutama karena seperti katakanlah Instagram identik dengan kaum muda, adakah arah ke sana supaya mereka menjadi pendengar Radio Retjo Buntung?

I: Jadi keliaran pengelola radio di situ, dahulu kita pendengarnya mencapai 2,5 juta, sekarang tinggal 350.000. Pengurangan dari 2,5 juta menjadi 350.000 itu sangat drastis. Kemudian kita kaji detail dari sisi demografi, geografi, dan psikografi kita lihat secara menyeluruh. Pendengar kita yang hilang maupun bertahan itu di mana saja. Akhirnya munculah data pendengar radio itu ternyata dari sisi geografis masih stabil. Meski kalau dirinci lebih detail lagi ternyata yang rural atau di pedesaan jauh lebih loyal, tetapi di kota masih bertahan. Dari sisi demografi, kita melihat demografi kan bermacam-macam: sosial ekonomi, gender, usia. Dari sisi usia, pendengar radio pada umumnya semakin menua. Lima tahun lalu kami masih menggarap pasar pendengar berusia 22 hingga 25 tahun, tetapi sekarang makin bertambah, sudah lebih dari 30 tahun. Ya sudah kita garap itu. Caranya dengan mengetahui lifestyle mereka apa, ini menjadi hal penting. Kita harus berbuat sesuatu, digaraplah podcast, tidak hanya streaming. Mengapa podcast? Karena podcast sedang menjadi tren di kalangan anak muda saat ini, walaupun tergolong segmented dan sangat sempit. Yang namanya podcast itu khusus tentang kuliner, tempat wisata, dakwah-dakwah, yang khusus-khusus. Segmented, maka langsung digarap. Salah satu podcast yang kita angkat adalah Kisah Horor di kanal YouTube “Retjo Buntung Channel” dengan model orang bercerita.

P: Waktu siaran Radio RB 99.4 FM apakah masih 24 jam?

I: Masih 24 jam. Hal ini juga berkaitan dengan keberadaan komunitas pendengar Retjo Buntung yang di dalamnya mayoritas berusia 60 tahun ke atas yang rata-rata hidupnya sudah dibalik, jam delapan malam tidur dan jam dua pagi sudah bangun lalu tidak bisa tidur lagi. Di situ peran Retjo Buntung untuk menemani mereka pada waktu-waktu tersebut. Yang jelas kami masih memiliki loyalalis walaupun jika bicara jumlah pendengar terus mengalami penurunan. Pada pemanfaatan teknologi, kami pernah menyelenggarakan Gowes Virtual yang diikuti 520 peserta menggunakan gadget masing-masing. Penyelenggaraan acara tersebut mampu meningkatkan jumlah subscriber Retjo Buntung di YouTube dari 1500 menjadi 4000 yang kemudian kita kaitkan dengan Google Adsense itu tadi.

P: Apakah Radio Retjo Buntung adalah salah satu stasiun radio swasta pertama di Yogyakarta?

I: Iya betul, kita mengudara mulai tahun 65-66.

P: Terkait digitalisasi yang terjadi, bagaimana Radio Retjo Buntung memandang digitalisasi itu? Secara garis besar, apa cara yang ditempuh untuk menyesuaikan dengan fenomena tersebut?

I: Jadi kami beradaptasi sudah berkali-kali, sejak peralihan dari SW ke MW lalu MW pindah ke FM. Sekarang Radio Retjo Buntung (RB) dari FM pindah ke online, lanjut dari online beralih ke medsos. Semua itu merupakan pergerakan yang mau tidak mau harus diikuti. Termasuk terjun ke podcasting yang sekarang transmisinya tidak hanya internet online, tetapi juga terhubung dengan media sosial (YouTube, Instagram, Facebook).

P: Terkait konvergensi, konvergensi media seperti apa yang dipraktikkan Radio Retjo Buntung? Apakah konvergensi teknologi, konvergensi ekonomi, atau konvergensi budaya?

I: Semua kami bangun. Pertama, mau tidak mau pendengar radio turun. Mulai dirasakan hampir lima tahun ini, terus menerus turun. Pendengar Retjo Buntung dulu tiga juta 10 tahun lalu, terus turun menjadi 2,5 juta. Sampai sekarang kita pendengarnya 365.000 data pada tahun 2022. Yang menjadi persoalan, Retjo Buntung tetap nomor satu di Yogyakarta dengan 365.000 itu, secara gabungan antara RRI dan radio swasta. Nah itu membuat kita berpikir harus segera melakukan persiapan, waktu itu ya, yang sudah saya tempuh hampir tiga-empat tahun ini. Saya membangun portal baru, bernama Retjo Buntung Channel di YouTube, itu tiga tahun yang lalu. Terus saya juga membangun terlebih dahulu live streaming yang sudah hampir di atas 10 tahun, 12 tahun lalu tepatnya. Live streaming Radio Retjo Buntung yang pertama bukan lewat retjobuntung.com, tapi menggunakan namanya jogjastreamers. Kemudian gabung gardenstreaming, itu konsep yang kami bangun lewat streaming. Terus ketika ke online, kami membangun website. Web saya dulu generasi pertama, statis tidak ada ngelink kemudian diperbaiki sekarang sudah generasi keempat itu ngelink. Ngelinknya ngelink ke streaming dan ke media sosial, sekitar dua tahun ini. Semua terkoneksi dan semua itu pergerakannya pelan-pelan. Salah satu upayanya yang pertama tadi, 10 tahun silam dengan menggandeng jogjastreamers dan gardenstreaming. Lalu kedua membangun web, website tapi dulu generasi pertama. Statis, kemudian diperbaiki generasi kedua, generasi

ketiga, bedanya apa setiap generasinya? Jadi multiplatform, dahulu masih satu platform menjadi multiplatform. Multiplatformnya ada audio visual, meskipun radio tapi juga ada visualnya. Ada penyiarnya lagi ngomong, itu kami di generasi ketiga. Terus sekarang ini, generasi keempat yang sedang kami bangun, itu ngelink. Jadi ngelink semuanya, dari streaming ngelink, media sosial ngelink, informasi melalui web pun dinamis nanti bisa dibuka di retjobuntungfm.com. Semua saling terkoneksi, dan itu biayanya amat sangat mahal. Kami sekarang sedang membuat durasi, durasi siaran itu dulu dua jam sedikit-sedikit turun jadi 1 jam. Sekarang kami sedang menjajaki bagaimana kalau siaran setengah jam saja per program. Kenapa kami rubah? Karena mengikuti pola, dalam hal ini budaya yang dibangun media-media online dan kami harus mengikuti itu. Itu baru budaya, belum menyangkut masalah penyiarnya. Kalau dulu penyiar cari yang suaranya bagus thok, sekarang nggak. Nyari penyiar cari yang followernya banyak supaya mereka juga mengikuti arus ke situ. Kemudian yang ketiga, tentunya budaya dalam berbicara. Berbicaranya mungkin dulu 60 kata permenit, lambat itu. Sekarang 60 kata per 30 detik, cepet ngomongnya karena durasinya pendek. Harus terselesaikan dalam waktu singkat. Banyak yang harus terjadi.

P: Terkait kemauan publik, apakah Radio Retjo Buntung juga mencermati tren yang sedang berkembang dalam melakukan konvergensi?

I: Iya, media milik publik sehingga kami harus memenuhi kebutuhan audiens, bukan keinginan pengelola atau pemiliknya.

P: Pada era digital, dari sekian banyak program, yang ditonjolkan atau menjadi ciri khas Radio Retjo Buntung itu apa?

I: Budaya, karena kami radio lokal. Radio lokal pendekatannya harus budaya. Contohnya, radio-radio Jakarta yang siaran di Yogya ndak tumbuh. Kalah mereka. Jangankan 10 besar, di atas 10 besar semua. Tetap dikuasai radio lokal, salah satunya karena penyiar yang bisa menyesuaikan dengan kebiasaan lokal di Yogyakarta.

P: Tadi yang 365.000 pendengar itu, walaupun menyusut, bagaimana cara memelihara hubungan dengan mereka?

I: Salah satunya kita membangun “fans radio”, cuma sekarang sudah tua-tua. Yang muda-muda susah. Saya bangun misalnya lewat membuat acara musik di alun-alun, terus kerjasama dengan sekolah-sekolah, untuk kegiatan *off air* dulu. Tapi sekarang karena iklan tidak banyak, akhirnya mau membiayai itu sendiri gak kuat. Mahal sekali kan, akhirnya ditinggal. Yang masih bertahan sekarang ya yang sepuh-sepuh, di atas 40. Kekuatan kita bukan sekedar itu, tapi apa yang disebut gethok tular. Ketika bangga, dia cerita saat *on air* bahwa saya kemarin senang jumpa fan dengan teman-teman penyiar RB. Ketika direkomendasi seperti itu membuat orang lain terkesan bahwa RB itu bagus ya. RB itu mau membuka diri, mau bersilaturahmi, hubungannya tetap diperlihara.

P: Terkait kegiatan *off air*, apakah masih berjalan?

I: Sudah tidak ada. Dulu dibiayai oleh sponsor, kalau biaya sendiri tidak kuat. Itu yang menjadi kendala. Untuk saat ini murni *on air* saja. *On air*-nya melalui online juga. Ada “Three-O” kan sekarang (*onair*, *offair*, dan online). *Offair*-nya berhenti, berhenti karena gak ada sponsor, tinggal *on air* saja. Online sedang kita bangun. Menggencarkan di online, sekarang kita mengejar di situ.

Serinus Tammu Ohoira (Subkoordinator Pengembangan Berita LPP RRI Yogyakarta)

P: Mungkin bisa dijelaskan struktur organisasi serta tanggung jawab pada LPP RRI Yogyakarta?

I: LPP RRI Yogyakarta terdiri dari beberapa bidang, salah satunya pemberitaan. Pada bidang pemberitaan sendiri ada koordinator serta subkoordinator. Untuk koordinator adalah jabatan fungsional yang dulunya adalah kepala bidang pemberitaan sekarang sudah jadi koordinator bidang pemberitaan. Lalu yang dulunya jabatan struktural adalah kepala seksi pengembangan berita, sekarang menjadi subkoordinator pengembangan berita, dari struktural ke fungsional. Hal sama juga terjadi pada kepala seksi pengembangan berita dan dokumentasi, sekarang berubah lagi dengan adanya jabatan fungsional menjadi subkoordinator liputan berita dan dokumentasi. Lalu kepala seksi olahraga berubah menjadi subkoordinator olahraga, dari struktural menjadi fungsional. Untuk penugasan sesuai bidang pemberitaan secara terstruktur dari koordinator lalu ke subkoordinator, kemudian para staf yang dalam hal ini adalah reporter untuk pembagian tugas dan fungsi sesuai tupoksi masing-masing. Dalam artian misalnya di subkoordinator liputan berita dan dokumentasi, itu kegiatan sehari-harinya bagaimana memproduksi program-program acara berkaitan dengan liputan berita dan dokumentasi. Untuk dokumentasi sendiri, hasil liputan itu tentu disiapkan dalam bentuk dokumen sebagai antisipasi bahwa kegiatan yang berkaitan dengan liputan sudah terlaksana. Itu menjadi dokumen bagi bidang pemberitaan. Yang berkaitan dengan liputan berita itu sendiri, kami di sini setiap hari melakukan rapat agenda setting daerah yang melibatkan liputan berita, pengembangan berita, dan olahraga. Dalam rapat itu, kami mencoba mengangkat isu-isu utama yang sedang viral, memiliki nilai bagi masyarakat banyak, dan betul-betul dibutuhkan masyarakat. Lalu dari isu utama itu kami jabarkan dalam berita utama untuk mendukung isu utama yang sudah dibicarakan dalam rapat. Lalu ada berita pendukung yang masih punya kaitan dengan isu utama. Dan seterusnya, yakni wawancara, dengan pendekatan isu utama sebagai acuan wawancara kepada narasumber. Format-format yang terdapat dalam agenda setting yang ditugaskan kepada para reporter dibuat dalam bentuk voice report, actuality insert, dll. Tinggal menyesuaikan karena banyak format penyajian dalam pemberitaan. Sementara untuk pengembangan berita punya kaitan dengan liputan, melakukan dialog untuk esok harinya. Masih tetap dengan tema utamanya, yakni isu utama yang kami ambil dalam rapat itu. Untuk besok paginya itu, tugas pengembangan berita yakni melakukan opini publik, yakni membuka ruang

kepada masyarakat untuk beropini berkaitan dengan topik tersebut kemudian dikupas tuntas pada saat dialog lintas Yogya pagi. Jadi kita mulai pada pukul 07.30 sampai 08.00 itu opini publik, 08.00-09.00 dialog. Kemudian dalam pengembangan berita juga terdapat produk-produk lain. Ada program-program lain, semisal feature, majalah udara, berita mendalam, serta dokumenter. Ini menyesuaikan, ada yang tema bebas, dalam artian punya kaitan dengan hal-hal tadi yang saya bilang: viral, human interest, dan lain-lain. Lalu kami tidak hanya pakai teresterial, tetapi juga sudah bermain melalui multiplatform yang ada. Jadi kalau dulu orang mengatakan RRI identik dengan radio, sekarang dengan adanya konvergensi media, kami sudah mulai berpikir jauh ke depan dan itu secara nasional. Kami sudah punya YouTube, juga bermain di berita-berita online. Itu semua sudah jalan. Bahkan kini tidak hanya teresterial, YouTube dan online kita sudah punya RRI Net. Itu radio, audio. Walaupun RRI Net masih bersifat nasional dan hanya pada saat-saat tertentu ada penugasan, tapi kita sudah bermain juga di audio visual. Seperti misal ada penugasan dari Jakarta minta kita harus memproduksi acara tertentu untuk kebutuhan program di RRI Net, kita di Jogja siap. Jadi RRI Yogyakarta tidak lagi hanya di teresterial, tetapi juga audio visual dan berita online. Semua sudah berjalan, karena menyesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan sekarang. Terlepas dari pemberitaan, kita tidak hanya Pro 1, tetapi juga Pro 2, Pro 3, dan Pro 4.

P: Menarik terkait konvergensi media, penggabungan dengan RRI.Net dan lain-lain. Jika masih terus bertahan bermain di radio konvensional juga akan susah.

I: Kami tidak melihat radio-radio swasta sebagai lawan, tetapi mitra. Dalam pengertian bahwa kita sama-sama punya reporter. Bermitra dalam penugasan peliputan, bahwa mereka sama-sama berjalan. Tapi dari sisi konten beritanya itu sangat tergantung dari kami, bisa jadi angle beritanya berbeda. Kita radio masing-masing punya strategi dan ciri khas tersendiri.

P: Terkait dengan penyebaran berita, apakah LPP RRI Yogyakarta juga melihat kebiasaan masyarakat dalam menerima informasi pada masa sekarang? Sebagai contoh TikTok menjadi saluran media sosial favorit bagi sebagian besar orang pada saat ini, apakah ada peluang untuk melirik bermain di platform tersebut?

I: Itulah yang dinamakan multiplatform, tidak menutup kemungkinan. Bisa saja ke depannya diantisipasi dengan melihat tren yang terus berkembang. Bahkan kita sekarang diarahkan untuk Facebook dan segala macam supaya lebih diperluas brandingnya sehingga orang bisa tahu bahwa tidak hanya lewat audio atau teresterial tadi. Semua platform yang bisa kami gunakan dianjurkan untuk dapat dimanfaatkan.

P: Apakah juga untuk mengincar kelompok pendengar usia muda yang memiliki banyak pilihan dan referensi media?

I: Iya, kalau untuk itu kami sudah memiliki Pro 2 yang memang dikhususkan untuk segmentasi anak muda. Kita masing-masing punya cara dan bagaimana masing-masing bisa memberdayakan SDM yang ada dan bagaimana SDM yang ada itu bisa memanfaatkan semua multiplatform ini untuk menyebarkan informasi dengan tetap menjaga aturan jurnalis, seperti itu.

P: Apakah ada program acara yang ditonjolkan dan menjadi “RRI banget” begitu?

I: Itu warta berita, dari dulu sampai sekarang masih eksis. Warta berita sore pukul 16.00 sampai 16.30. Kemudian warta berita pagi pukul 06.00 sampai 06.30. Yang menjadi ciri khas RRI selain warta berita, terdapat dialog. Mengundang narasumber yang diharapkan juga bisa menyelesaikan persoalan yang diopiniikan dalam opini publik. Jadi narasumber punya kompetensi menjawab apa yang dipertanyakan oleh masyarakat, seperti isu tertentu. Di sinilah fungsi RRI sebagai Lembaga Penyiaran Publik untuk mempersatukan berbagai perbedaan yang ada sebagai suatu kekuatan.

P: Terkait agenda setting, apakah konten-konten yang disajikan ada instruksi dari Jakarta atau gimana?

I: Ada agenda setting daerah dan agenda setting nasional. Khusus yang daerah, kita melihat isu-isu daerah yang kita ambil serta dibawakan dalam rapat. Namun isu daerah, yang walaupun dia di daerah tetapi sifatnya punya nilai nasional, juga kita kirim. Kalau hanya lokal, kami main di lokal. Namun semisal kontennya kita merasa bahwa bisa naik secara nasional, ya dikirim dan itu utamanya di RRI Pro 3. RRI Yogya sering muncul pada warta berita di Pro 3 pusat.