

RADIO DI TENGAH ARUS PERKEMBANGAN TEKNOLOGI DAN MEDIA BARU: STUDI KASUS SEGMENT SIARAN CERITA LAGU CINTA DELTA FM

Putri Surya Cempaka

Program Studi Penyiaran, Jurusan Penerbitan, Politeknik Negeri Media Kreatif
Korespondensi: Jalan Srengseng Sawah, Jagakarsa, Jakarta Selatan
Surel: putrisurya@polimedia.ac.id

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima: 07/11/19

Direvisi: 27/01/20

Dipublikasikan: 31/01/20

e-ISSN: 2721-0995

Kata Kunci:

Siaran Radio
Teknologi
Media Baru
Konvergensi Media

Keywords:

Radio Broadcasting
Technology
New Media
Media Convergence

ABSTRAK

Radio di Tengah Arus Perkembangan Teknologi dan Media Baru: Studi Kasus Segmen Siaran Cerita Lagu Cinta Delta FM. Artikel ini akan membahas teknologi penyiaran radio secara umum dan bagaimana industri penyiaran radio relatif masih bertahan di tengah perkembangan teknologi media lain saat ini, seperti Internet. Teknologi internet mampu menghadirkan sejumlah jaringan sosial melalui media sosial yang interaktif, langsung, dan *user generated*. Selain itu, Internet 'memaksa' industri penyiaran konvensional seperti radio untuk menembus mekanisme digital dengan mempraktikkan *streaming* radio. Siaran radio juga menambahkan jenis interaksi kepada pendengar mereka, misalnya melalui situs web, blog, vlog (blog video), Twitter, Instagram, Snapchat, dan akun Facebook. Aktivitas peleburan teknologi media konvensional dan media baru acap kali disebut konvergensi media. Dengan menggunakan metode kualitatif dan deskriptif, tulisan ini akan memaparkan suatu kasus konvergensi media yang dilakukan salah satu stasiun siaran Radio di Indonesia, yaitu Delta FM. Hasilnya, Delta FM menyajikan siarannya dengan bantuan media baru demi bertahan di industri penyiaran di tengah arus maraknya penggunaan media baru.

ABSTRACT

Radio in The Midst of Technological Development and New Media: Case Study of Delta FM Broadcasting Segment 'Siaran Lagu Cinta'. This article discussed radio broadcasting technology in general and how the industry is relatively resilient amid the development of other media technologies today, such as the Internet. Internet technology is able to present number of social networks through social media that are interactive, direct, and user generated. In addition, the Internet forces conventional broadcasting industries such as radio to penetrate digital mechanisms by practicing radio streaming. Radio broadcasting also add this type of interaction to their listeners, for example through websites, blogs, vlogs (video blogs), Twitter, Instagram, Snapchat, and Facebook accounts. This integrated conventional media technology and new media is often called media convergence. By using qualitative approach and descriptive method, this paper explained a case of media convergence by one of the radio broadcast station in Indonesia that is Delta FM. As a result, Delta FM presents its broadcasts with the help of new media in order to survive in the broadcasting industry amid the current widespread use of new media.

PENDAHULUAN

Posisi radio dalam pusaran teknologi baru dalam komunikasi massa lainnya mau tidak mau harus beradaptasi agar terus bertahan. Strategi seperti peralihan ke radio internet, yang bukan berarti meninggalkan saluran radio konvensional, sudah banyak dilakukan. Siaran tidak hanya dapat didengarkan melalui radio, melainkan juga dari gawai lain seperti *smartphones*, telepon seluler (bukan jenis *smartphone*), radio mobil, *personal computer*, laptop, tablet, dan media teknologi lainnya.

Dewasa ini, jika harus menyebutkan teknologi apa yang sangat berpengaruh dan membantu begitu banyak kepentingan manusia adalah internet. Internet memungkinkan komunikasi jarak jauh namun dapat bertatap muka secara virtual. Tidak hanya itu, internet memungkinkan konsumsi informasi yang tidak terbatas. Untuk urusan lain, internet berjasa pula dalam melahirkan berbagai industri baru yang berbasis daring. Sebegitu besar pengaruh yang disebabkan internet terhadap berbagai konstelasi sosial masyarakat.



Gambar 1. Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia per Januari 2019

Berdasarkan infografis dari We Are Social (Hootsuite, 2019), penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 56 persen dari seluruh populasi masyarakat. Mengindikasikan bahwa 150 juta orang di Indonesia telah aktif mengakses internet dan yang mengakses internet juga turut menggunakan media sosial. Namun, arus maraknya penggunaan teknologi internet sebaiknya tidak menutupi peranan yang pernah disumbang radio dalam hal penyebaran informasi pada sekitar tahun 1920-an, 1930-an, dan 1940-an. Pada masa-masa itu, radiolah satu-satunya teknologi yang mampu menyebarkan dan menginformasikan pesan ke seluruh penjuru dunia (Grant dan Meadows, 2008).

Berdasarkan penjabaran tersebut, maka makalah ini akan membahas mengenai praktik program siaran radio dan bagaimana ia bertahan di tengah-tengah arus perkembangan teknologi media lainnya yang begitu pesat, seperti Internet. Teknologi internet mampu menghadirkan sejumlah jaringan sosial melalui media sosial yang interaktif, langsung, dan merupakan media yang berorientasi ke pengguna (*user generated media*). Selain itu, internet

juga seperti memaksa industri siaran analog semacam radio untuk merambah mekanisme digital dengan dilakukannya radio *streaming*, yang akan lebih lanjut dianalisis menggunakan konsep 3C konvergensi media.

TINJAUAN PUSTAKA

Sifat Teknologi Radio

Sifat teknologi radio dapat dijabarkan dengan menjelaskan faktor efektivitas siaran; kekuatan yang dimiliki radio; sifatnya sebagai media massa; dan perbedaannya dengan media massa lainnya. Cara kerja radio dapat diukur dari faktor efektivitas siarannya. Beberapa faktor efektivitas siaran adalah daya langsung, daya tembus dan daya tarik. Radio berdaya langsung maksudnya mampu menyampaikan informasi secara langsung di depan mikrofon yang akhirnya disiarkan melalui gelombang radio yang secara langsung juga didengarkan khalayak. Kemudian, daya tembus memungkinkan siaran radio tidak berjarak dan tidak ada rintangan. Selama masuk dalam jangkauan gelombang radio, siaran akan mampu menembus tanpa halangan. Lalu, radio menawarkan daya tarik dalam bentuk musik, kata-kata dalam perbincangan, dan efek suara. Hal tersebut dapat membangun imajinasi yang kreatif bagi para pendengarnya (Ahmad, 2015: 240).

Berbicara daya, radio memiliki kekuatannya sendiri sebagai media massa. Pertama, media massa radio menjaga mobilitas pendengarnya. Maksudnya, siaran radio dapat didengarkan tanpa menghentikan aktivitas harian pendengarnya seperti berkendara, bekerja, atau belajar. Kedua, radio memberikan informasi tercepat dibandingkan media massa televisi dan cetak. Ketiga, ada interaksi antara pendengar dan penyiar. Keempat, radio mampu menciptakan *theatre of mind*. Maksudnya, siaran radio membuat pendengarnya berimajinasi dengan hanya bermodal suara penyiar. Kelima, media massa radio memungkinkan adanya komunikasi antar pribadi antara pendengar dan penyiar sehingga dapat menciptakan keakraban dan tentu menguntungkan penyiaran jika pendengar setia pada program radio tertentu. Keenam, biaya akses radio sangatlah murah hampir tidak ada harga berarti yang harus dikeluarkan oleh pendengarnya untuk mendengarkan siaran radio (Wahyudi, 1992, dalam Ahmad, 2015: 244).

Radio merupakan media massa yang berpengaruh dalam proses persebaran informasi secara besar-besaran. Radio sebagai media massa bersifat dan memberi efek yang berbahaya dan juga menular di kalangan masyarakat. Selain itu, radio juga memengaruhi pola pikir pendengarnya seperti halnya media atau pemberitaan yang mengkonstruksi pemikiran khalayak (Barran dan Davis, 2000: 48, dalam Ahmad, 2015: 248).

Radio jika disandingkan dengan media massa lainnya tentu memiliki kekhasannya sendiri. Sifat fisik masing-masing media massa pun berbeda-beda. Misalnya dengan media cetak yang memiliki karakteristik dibaca dan bukan didengar. Selain itu, media cetak dapat dibaca di mana dan kapan saja. Sementara media siaran televisi kurang interaktif jika dibandingkan dengan radio dilihat dari interaksi yang mungkin bisa dilakukan antara penyiar dan pendengarnya.

Praktik Siaran Radio

Dari berbagai interaksi dan kelebihan yang ditawarkan siaran radio, adapun beberapa kekurangan radio yang menyebabkannya agak tertinggal dan kurang bertahan. Pertama, kekurangan radio adalah durasi program yang terbatas biasanya selama empat jam dan itu pun terbagi lagi ke dalam beberapa segmen acara. Kedua, informasi yang disampaikan di radio biasanya bersifat sekilas maka pendengar kurang mengetahui detail informasi atau berita yang disiarkan. Ketiga, kemungkinan adanya gangguan sinyal karena jangkauan yang terlalu jauh yang dapat mendistorsi ucapan. Masalah yang ditimbulkan biasanya bersifat teknis (Ardiningtyas dan Hartono, 2015: 168).

Adapula tradisi mendengarkan radio di dalam kendaraan beroda empat, karena biasanya di dalam mobil disertakan pula perangkat radio. Siaran di radio dalam kendaraan mobil terjadi dengan adanya saluran radio satelit. Cara kerjanya pesan ditransmisikan melalui satelit kepada penerima dengan antena, yang biasanya diletakkan di atap mobil (Straubhaar, LaRose, dan Davenport, 2012: 164). Pemanfaatan teknologi satelit untuk siaran radio ini memungkinkan siaran tetap bisa didengarkan meskipun ada halangan seperti gedung-gedung atau pegunungan. Maka, biasanya radio satelit kerap memasukkan siaran yang bersifat sangat informatif dan kontekstual seperti laporan lalu lintas jalanan lokal dan laporan cuaca ke dalam transmisinya (Straubhaar, LaRose, dan Davenport, 2012: 164).

Radio pun menambahkan tipe interaksi dengan pendengar atau konsumennya dengan memberikan suguhan di luar siaran itu sendiri seperti laman situs radio, blog, vlog (video blog), akun Twitter, Instagram, Snapchat, dan Facebook. Bahkan siaran dari percakapan dapat dilakukan secara *taping* oleh penyiar tertentu yang biasanya disebut *podcast*. Dapat dikatakan hal-hal tersebut merupakan strategi industri radio dalam bertahan melawan industri teknologi lainnya yang berbayar. Namun orang tetap rela merogoh koceknya (contohnya layanan *streaming* musik). Hal ini dapat menonjolkan anggapan bahwa keberadaan radio bukanlah sekadar tentang musik ataupun industri musik.

Konvergensi Media

Berbagai media melebur untuk menyebarkan informasi yang sama, atau fenomena di mana satu informasi disebar ke berbagai media. Praktik ini dikenal dengan konvergensi, yang mana terjadi pergantian budaya atau tradisi dalam mencari atau mengidamkan informasi dan terkoneksi ke dalam beberapa media yang tersebar (Jenkins, 2006: 3). Perlu ditekankan bahwa konvergensi media bergantung pada prinsip masing-masing individu bagaimana mereka mengakses informasi dan saling berinteraksi dengan individu lainnya melalui teknologi atau media (Jenkins, 2006: 4)

Konvergensi media terbagi menjadi tiga konsep, yaitu *computing* (media digital dan teknologi informasi), *communication* (jaringan, praktik komunikasi), dan *content* (media dan informasi), atau sering disebut konsep 3C (Flew, 2014). Perubahan cara mengakses informasi dan persebaran pesan di multiplatform dapat dijelaskan dengan konsep 3C tersebut. Sebagai contoh, perubahan dalam struktur penyiaran, telekomunikasi, gaya publikasi, dan industri media karena perkembangan teknologi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan strategi studi kasus. Maksud dari kualitatif adalah pendekatan interpretatif atas kasus yang sedang ditelaah. Sementara itu, studi kasus digunakan demi memberi fokus satu kasus yang terjadi berdasarkan permasalahan untuk kemudian digeneralisasikan sehingga hasil analisis dapat diterapkan pada kasus serupa dengan objek yang berbeda.

Pada tulisan ini, studi kasus yang dianalisis adalah program siaran Cerita Lagu Cinta (selanjutnya akan disingkat CLC) yang dipandu oleh penyiar Dinar Gumilang setiap hari Senin sampai Jumat pukul 20.00 sampai 23.59 di Delta FM. Mekanisme siaran CLC berisi aktivitas penyiar membuka topik seputar percintaan yang kemudian dibahas bersama dengan para pendengar. Topik percintaan ini berasal dari surat yang berisi curahan hati pendengar CLC. Curahan hati tersebut dikirimkan melalui laman Delta FM, yaitu deltafm.net. Setelah topik dibuka oleh penyiar, maka dimainkan *taping* pembacaan surat secara utuh oleh salah satu kru siaran. Setelah surat dibacakan, topik disebar kembali di Instagram dan Twitter untuk ditanggapi pendengar lain. Selain itu pendengar juga bisa menelepon nomor tertentu untuk terus memberikan pendapatnya secara langsung ketika siaran.

Adapun alasan menjadikan program siaran CLC sebagai obyek adalah kehangatan dan komunikasi antarpribadi yang terjadi antara penyiar dengan pendengar, pendengar dengan pendengar lain, dan pendengar dengan kru siaran (produser atau admin media sosial). Hal ini menunjukkan praktik konvergensi media yang tidak hanya fokus pada teknologinya, tetapi kepada individu yang terlibat dalam proses tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konvergensi media mengubah koneksi antara teknologi, industri, khalayak, genre, dan pasar. Dengan demikian, efeknya dari segi sosial adalah dimungkinkannya dunia virtual dan fisik menyatu dan berkoordinasi. Sebagai contoh, khalayak yang sebelumnya hanya pasif mendengar radio, dengan konvergensi media mereka dapat berperan juga sebagai produsen informasi dengan turut berinteraksi dengan penyiar dan sesama pendengar radio. Maka, benar adanya pernyataan bahwa dalam konvergensi, terlibatnya media baru bukan untuk menggantikan media lama seperti radio, tetapi untuk memungkinkan proses interaksi antara produsen informasi dan konsumennya menggunakan platform media lain. Peleburan kedua genre media konvensional dan baru akan lebih lanjut dianalisis dengan studi kasus program siaran Cerita Lagu Cinta yang mengudara setiap Senin sampai Jumat pukul 20.00 sampai 23.59 di Delta FM.

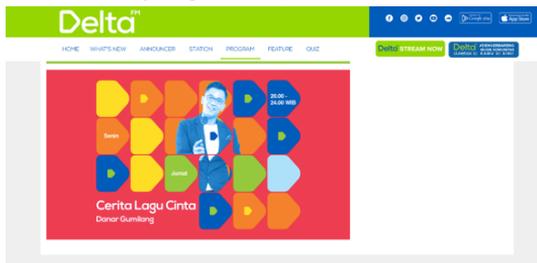
Mengadopsi konsep konvergensi 3C dari Terry Flew, program siaran Cerita Lagu Cinta (selanjutnya akan disingkat CLC) akan dianalisis bentuk konvergensi dari segi *computing*, *communication*, dan *content*-nya.

Computing

Pada praktik siarannya, Delta FM Jakarta mengudara di frekuensi 99.1 FM. Selain di Jakarta, Delta FM juga mengudara di Surabaya (100.5 FM), Medan, (105.8 FM), Semarang

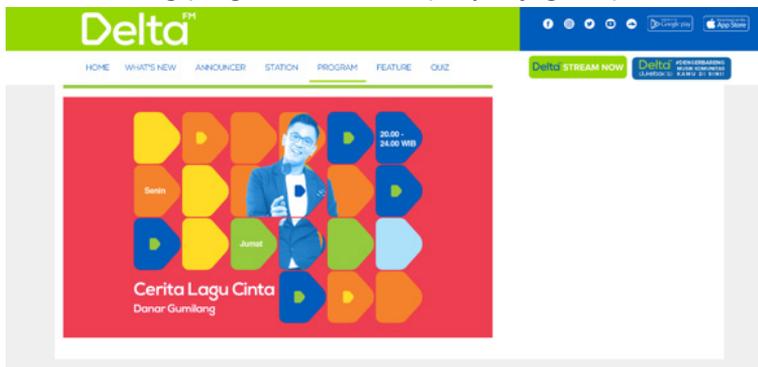
(96.1 FM), Yogyakarta (103.7 FM), Bandung (94.4 FM), Makassar (99.2 FM), Manado (99.3 FM). Di luar daerah dan frekuensi tersebut, Delta FM juga dapat didengarkan secara *streaming*. Dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, Delta FM juga memiliki laman resmi yang berisi informasi terkait program, penyiar, dan acara yang diadakan oleh Delta FM.

Dipandang dari segi *computing*, *website* yang dimiliki Delta FM memungkinkan siaran tidak hanya terbatas dari berbagai kota dengan frekuensi siaran radio atau *streaming* di dalam negeri. Ketika alamat *websitenya* di akses di manapun, di luar negeri sekalipun, konten siaran akan tetap bisa didengarkan. Dengan demikian, penyebaran informasi dari Delta FM telah mencakup jangkauan yang luas. Hal ini mendukung karakteristik komunikasi massa itu sendiri, bahwa informasi yang disampaikan haruslah mencapai jarak yang luas dan masif.



Gambar 2. Laman Delta FM (deltafm.net)

Pada laman Delta FM, ada ikon khusus yang dapat diklik sehingga siaran dapat didengarkan di manapun, kapanpun, pada gawai apapun, tanpa perlu perangkat radio. Hal ini memungkinkan untuk merambah pendengar yang tidak memiliki perangkat radio atau hanya menggunakan gawai yang terhubung dengan internet untuk mengakses informasi. Selain itu, informasi tentang program siaran dan penyiar juga dapat diakses dari lamannya.



Gambar 3. Laman Informasi Program CLC



Gambar 4. Laman deskripsi program siaran CLC;



Gambar 5. Laman Informasi Penyiar CLC, Danar Gumilang

Lebih lanjut, teknologi informasi juga memungkinkan siaran CLC direkam dan diunggah pada platform musik digital daring seperti Spotify dalam bentuk siniar atau lebih dikenal dengan sebutan *podcasts*. Berikut adalah produk siniar dari siaran program CLC yang dapat diakses di Spotify.



Gambar 6. Thumbnail Siniar Program Siaran CLC

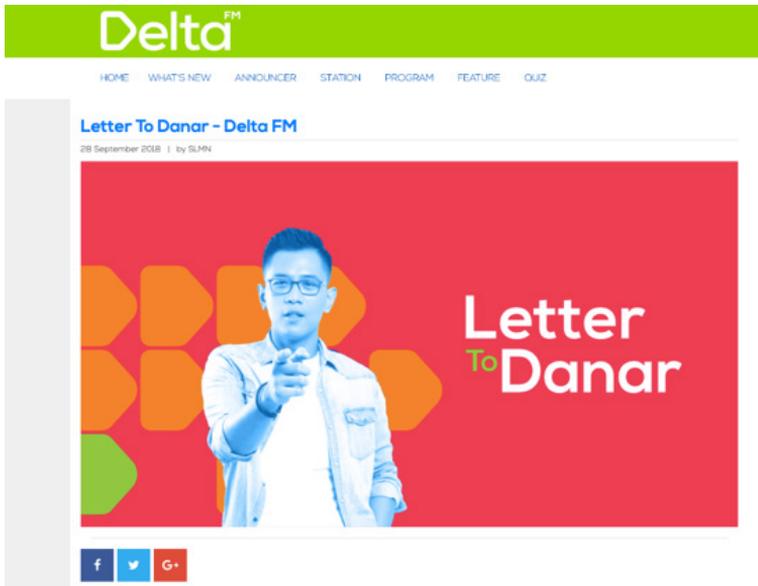


Gambar 7. Playlist Siniar CLC

Produk siniar pada Spotify memungkinkan semakin banyak pendengar program siaran CLC yang dapat dijangkau karena tidak sempat mendengarkan ketika sedang berlangsung siarannya, sehingga karakteristik siaran radio yang hanya sekilas dapat disokong dengan hadirnya produk siaran berupa siniar.

Communication

Konsep komunikasi dapat dilihat dari bentuk komunikasi yang membangun interaksi antara penyiar dengan pendengar, pendengar dengan pendengar lain, dan pendengar dengan kru siaran (produser atau admin media sosial). Jaringan komunikasi paling utama yang dibangun adalah melalui laman (*web*) dan media sosial. Sejauh ini, program siaran CLC menggunakan setidaknya satu laman (*web*) dan dua media sosial. Alamat yang digunakan adalah deltafm.net yang menyediakan kolom untuk pendengar menuliskan surat sebagai topik yang akan disiarkan.



Gambar 8. Tampilan muka kolom untuk curhat

The screenshot shows the Delta FM website interface. At the top, there is a green header with the 'Delta FM' logo. Below the header is a navigation menu with links: HOME, WHAT'S NEW, ANNOUNCER, STATION, PROGRAM, FEATURE, and QUIZ. The main content area features a text introduction about the 'Letter To Danar' program. Below this is a form titled 'Letter To Danar - Delta FM' with a red asterisk indicating required fields. The form contains three input sections: 1. 'Nama *' (Name) with a subtext '(nama lengkap sesuai KTP / SIM)' and a 'Your answer' text input field. 2. 'Tanggal Lahir *' (Date of Birth) with a subtext '(contoh : Maret, 23, 1986)', a 'Date' label, and a 'dd/mm/yyyy' text input field. 3. 'Jenis Kelamin *' (Gender) with a radio button for 'Pria' (Male).

Gambar 9. Kolom untuk Curhat

The screenshot shows the Delta FM website interface. At the top, there is a green header with the 'Delta FM' logo. Below the header is a navigation menu with links: HOME, WHAT'S NEW, ANNOUNCER, STATION, PROGRAM, FEATURE, and QUIZ. The main content area features a form titled 'Cerita Percintaan Kamu?' with a red asterisk indicating a required field. The form contains two input sections: 1. 'Status *' with a list of radio button options: Single, In A Relationship, Engaged, Married, Complicated, and Other: followed by a text input field. 2. 'Cerita Percintaan Kamu? *' with a subtext '(maksimum karakter 500)' and a 'Your answer' text input field.

Gambar 10. Kolom untuk Curhat pada halaman selanjutnya

Pada kolom curhat yang bertajuk "Letter to Danar" tersebut memungkinkan pendengar dengan mudah menuliskan kemudian mengirimkan ceritanya untuk dijadikan topik siaran CLC.

Media sosial yang digunakan adalah Instagram dan Twitter. Setidaknya dua akun Instagram digunakan untuk menyebar informasi siaran CLC dan membangun proses konvergensi media dalam bentuk komunikasi. Instagram utama adalah akun resmi Delta

FM yang selalu membagikan video penyiar program CLC Dinar Gumilang yang sedang menyapa pendengar dan melemparkan topik yang akan dibahas dalam siaran. Instagram kedua adalah milik pribadi Dinar Gumilang. Di sana, selain ia kerap menyapa pendengar, ia pun menerima pesan langsung untuk *request* lagu.



Gambar 11. Interaksi di Instagram Delta FM



Gambar 12. Interaksi di Instagram Dinar Gumilang

Twitter yang dipakai dalam proses konvergensi media dalam bentuk komunikasi adalah akun resmi Delta FM yang dikelola oleh tim media sosial radio untuk selalu berinteraksi dengan pendengar dan pengikut. Khusus untuk kicauan yang terkait program siaran CLC, kru yang mem-*posting* *tweet* akan menanyakan pendapat pengikut dan pendengar terkait bahasan yang sedang dibicarakan pada siaran secara langsung.



Gambar 13. Topik Siaran diangkat di Twitter



Gambar 14. Pengikut dan Pendengar Menanggapi

Content

Konten yang disebar di berbagai media disesuaikan dengan karakteristik media tersebut (lihat gambar pada penjelasan *Communication*). Pada laman disediakan kolom untuk pendengar menulis surat dalam bentuk teks ke pihak Delta FM di fitur #LetterToDinar. Pada Instagram, yang diunggah adalah pesan audio visual atau video. Sementara itu, pada Twitter meski disisipkan gambar, tulisan dan obrolan pendengar menjadi konten yang paling menonjol.

Pembahasan hasil observasi aktivitas konvergensi 3C pada program siaran CLC bersama Dinar Gumilang dengan segmen andalannya yaitu *Letter to Dinar* mendeskripsikan bahwa bentuk penyebaran informasi di berbagai media juga merupakan bentuk strategi dalam bertahan di industri. Industri penyiaran, khususnya di Indonesia tentu harus menyajikan suguhan yang bersaing dengan apa yang dapat diakses dari media sosial. Sebagai salah satu bentuk strategi, konvergensi memiliki beberapa kategori yang membedakannya dengan bentuk lain. Kategorinya adalah konvergensi teknologi, konvergensi produk, dan konvergensi kompetitif (Lugmayr dan Zotto, 2016).

Konvergensi teknologi maksudnya adalah strategi membedakan diri dengan teknologi lain yang memanfaatkan digitalisasi. Dalam kasus program siaran CLC, selain dapat diakses melalui *streaming*, siaran juga dapat didengarkan secara digital dalam bentuk siniar di Spotify. Konvergensi produk dapat digambarkan dengan membuat berbagai produk di media yang berbeda karakteristik demi mencapai khalayak atau pendengar yang berbeda. Terlebih penting khalayak yang dituju memiliki cakupan yang lebih luas karena ditambah dari pengikut di media sosial Delta FM dan penyiarinya, Dinar Gumilang. Kemudian konvergensi kompetitif atau dapat dipahami sebagai konvergensi pelengkap, yaitu suatu interaksi di luar program siaran merupakan pelengkap siaran itu sendiri. Namun, jika ada pengikut media sosial tidak mendengarkan siaran secara langsung, ia tetap bisa menikmati interaksi di media sosial terkait topik yang dibahas secara mandiri. Interaksi baik di Instagram dan Twitter dapat dibaca dan berdiri sendiri sebagai produk terpisah dari siarannya. Begitu pula dengan produk siniar yang diunggah di Spotify dapat dinikmati siapapun termasuk mereka yang tidak pernah mendengarkan siaran radio CLC.

SIMPULAN

Pada dasarnya, keberadaan tiap-tiap teknologi akan selalu disaingi oleh teknologi baru yang semakin inovatif dan semakin beragam kemampuan yang ditawarkan. Namun, keberadaan teknologi atau media baru belum tentu menggantikan secara penuh keberadaan teknologi atau media yang sudah ada terlebih dahulu. Setiap teknologi dan media yang hadir tentu memiliki peran dan karakteristik khasnya dalam memudahkan kehidupan dan kemaslahatan manusia. Pada permasalahan ini, keberadaan teknologi radio tentu sudah kalah jika disandingkan dengan media baru yang disokong koneksi internet. Khalayak pun tidak lagi mencari informasi dari radio, tetapi dari portal berita daring yang tidak kalah aktualnya dengan radio. Namun, tetap ada nilai-nilai yang mencirikan radio sebagai

media yang terus dikonsumsi meskipun saat ini pilihan sumber informasi dan hiburan bisa didapatkan melalui teknologi dan media lainnya.

Maka, adapun hal yang dapat ditawarkan radio dan tidak dapat dipenuhi media lain adalah keterkaitan atau hubungan antara pembawa acara di radio dan pendengarnya. Pendengar yang memang mengidolakan penyiar tertentu, tidak akan melewatkan program yang akan dibawakannya. Esensi dan perasaan dalam mendengarkan siaran dari penyiar ini tentu berbeda jika dibandingkan dengan menonton acara di televisi atau *streaming* musik melalui aplikasi berbayar. Ada kelangsungan yang terjadi ketika mendengarkan radio. Berbagai interaksi kerap dilakukan seperti bersapa-sapaan dan saling menitipkan salam. Interaksi tersebut dikemas dengan acara kuis yang menghibur dan menyenangkan karena biasanya penyiar atau program tertentu memberikan hadiah kepada pendengarnya. Praktik interaksi ini pun ada sebagian radio yang sebenarnya telah dimanipulasi penyiar untuk memancing ketertarikan. Misalnya dengan penyiar yang terlebih dahulu melakukan kontak telepon dengan pendengarnya, dan tidak sebaliknya. Aktivitas ini biasanya dilakukan penyiar kepada pendengar yang memang sudah dikenalnya di luar siaran sebagai teman atau kerabat.

Perlu diulang pernyataan bahwa hadirnya media baru tidak untuk meniadakan media lama, melainkan berjalan beriringan membangun media lama tersebut. Seperti pada kasus program siaran Cerita Lagu Cinta yang konvergensi media barunya merupakan bentuk sokongan untuk penyiaran radionya. Delta FM tetap mengudara meskipun arus teknologi dan berbagai media baru mengelilingi pusaran siarannya.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad, Nur. (2015). Radio Sebagai Sarana Media Massa Elektronik, dalam *At-Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* Vol. 3(2), hal. 233-254.
- Ardiningtyas, Yara; Hartono, Yudi. (2015). Perkembangan Radio sebagai Pers Elektronik di Madiun Tahun 1998-2013, dalam *Jurnal Agastya* Vol. 5(2), hal 161-181.
- Dominick, Joseph R. (2009). *The Dynamics of Mass Communication: Media in the Digital Age 10th Ed.* New York: McGraw-Hill.
- Flew, Terry. (2014). *New Media: An Introduction. Second Edition.* Oxford: Oxford University Press.
- Grant, August E., Meadows, Jennifer H. (2008). *Communication Technology Update and Fundamentals 11th Edition.* Amsterdam: Elsevier Inc.
- Jenkins, Henry. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide.* New York: New York University Press.
- Lugmayr, Artur; Zotto, Cinzia D. (2016). *Media Convergence Handbook – Vol 1.* Berlin: Springer.
- McQuail, Denis. (2010). *Mass Communication Theory 6th Edition.* New York: SAGE Publications.
- Straubhaar, Joseph, LaRose, Robert, Davenport, Lucinda. (2012). *Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology Seventh Edition.* Boston: Wadsworth.