

## Konstruksi Pendengar Radio pada Masyarakat Indonesia (Studi Kasus pada Aplikasi *Noice*)

Kumala Hayati<sup>1</sup>, Camelia Ariestanty<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Dosen Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jakarta · <sup>2</sup>Senior Officer Budaya Korporasi PT Pelindo Terminal Petikemas

[kumalahayati@upnvj.ac.id](mailto:kumalahayati@upnvj.ac.id), [camelia.ariestanty@gmail.com](mailto:camelia.ariestanty@gmail.com)

### ABSTRAK

Kehadiran teknologi telah mengubah kehidupan manusia. Teknologi membuat hidup manusia menjadi semakin mudah. Teknologi telah membuat cara pendengar menikmati radio juga turut berubah. Lahirnya aplikasi *Noice* membuat radio bertransformasi menjadi bentuk digital. Tulisan ini akan menjelaskan bagaimana radio mengonstruksi pendengarnya dengan bentuk teknologi yang baru. Metode penelitian dalam tulisan ini adalah observasi dan wawancara mendalam pada beberapa informan. Hasil dari tulisan ini adalah pendengar mempunyai pilihan cara untuk mendengarkan radio yaitu melalui perangkat yang telah terpasang di mobil dan melalui *gadget* masing – masing (*streaming*). Pilihan konten juga penting bagi pendengar karena menyesuaikan dengan tujuan dari aktivitas mendengarkan radio itu sendiri. Hadirnya teknologi radio dalam bentuk aplikasi berbasis internet dapat mempengaruhi perilaku, membentuk persepsi dan mengelola tindakan khalayak.

**Kata kunci** : konvergensi, digitalisasi, radio, determinisme teknologi

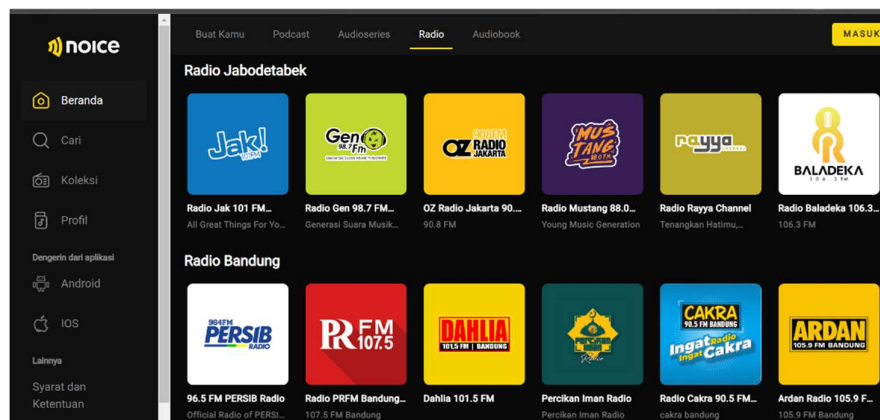
### PENDAHULUAN

Era konvergensi telah dirasakan dengan kehadiran internet yang turut mempengaruhi keberlangsungan media di Indonesia. Salah satunya adalah radio. Radio sebagai salah satu media komunikasi lahir dari teknologi peralatan radio yang menggunakan gelombang radio. Awalnya sinyal pada siaran radio hanya ditransmisikan melalui gelombang data secara kontinyu baik melalui Modulasi Amplitudo (AM) maupun Modulasi Frekuensi (FM). Metode pengiriman sinyal seperti ini disebut analog. Radio merupakan media yang memiliki penyampaian konten melalui audio bagi pendengarnya.

Berdasarkan data survei Radio Indonesia tahun 2020, pendengar radio di Indonesia sebanyak 22,759 juta yang tersebar di sepuluh kota Indonesia dengan rata-rata durasi mendengarkan radio selama dua jam. Jumlah ini cenderung menurun dari data pendengar radio tahun 2017 yang sebesar 62,3 juta orang yang tersebar di seluruh Indonesia dan rata-rata pendengar radio di Indonesia mendengarkan radio selama 2,5 jam per hari (Indonesia, 2020). Penurunan pendengar tersebut tentu tidak lepas dari perkembangan teknologi komunikasi yang terjadi. Teknologi terus melahirkan media-media komunikasi baru dan berinovasi untuk mengembangkan media yang telah ada. Kondisi ini membuat radio sebagai media konvensional mau tidak mau harus melakukan adaptasi agar tetap digemari oleh pendengarnya. Langkah adaptasi yang dilakukan oleh radio demi mengikuti perkembangan teknologi dan menarik kemali pendengarnya adalah merambah dunia digital dengan melakukan digitalisasi. Hal tersebut memanfaatkan teknologi digital untuk menghubungkan berbagai aspek dalam kehidupan sehari – hari (Gray & Rumpe, 2015). Hal ini juga termasuk dengan kegiatan mendengarkan radio.

Saat ini, pendengar radio memiliki beragam cara untuk mendengarkan radio. Pendengar dapat dilakukan hal tersebut melalui aplikasi berbasis internet yang telah berkembang di Indonesia. Salah satunya adalah *Noice*. Tahun 2018, *Noice* resmi hadir di Indonesia sebagai penyedia audio terbesar di Indonesia yang memproduksi beragam konten audio berkualitas. Kini, lebih dari dua juta pengguna telah menikmati berbagai konten seperti *Podcast*, *Audiobook*, dan *Original Series* (*Noice*, 2023). Tidak hanya itu, *Noice* juga menawarkan

fasilitas *streaming* untuk radio yang sudah terkategori sesuai kota pendengarnya. *Streaming* merupakan pengiriman konten dengan menggunakan internet dan penggunaanya bisa memainkan konten tersebut secara langsung tanpa perlu melakukan kegiatan unduh terlebih dahulu.



Gambar 1. Halaman Depan Noice  
(Sumber: Peneliti, 2023)

Kemudahan akses dan keberagaman jenis konten yang ditawarkan oleh *platform* tersebut, tentu menjadi pilihan yang bagus untuk pendengar radio untuk menggunakannya. Apalagi *Noice* tidak menghilangkan keunggulan utama dari radio yaitu menghasilkan suara dan hanya men-stimuli indera pendengaran dari audiensnya. Sehingga, terjadi transformasi media radio itu sendiri melalui hadirnya aplikasi *Noice*.

Transformasi media merupakan perubahan bentuk dalam menggunakan media itu sendiri (Salsabilla, Melania, Jannah, Arni, & Fatwa, 2020). Radio yang semula berbentuk alat kini dapat dinikmati dengan menggunakan aplikasi berbasis internet seperti *Noice* yang dapat diakses melalui laptop, komputer, *smartphone* atau gadget apapun. Tentu saja, kondisi tersebut mengonstruksi pendengar radio yang berbeda dengan radio generasi sebelumnya yang hadir ditengah masyarakat Indonesia. Berdasarkan penjelasan diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana radio mengonstruksi pendengarnya di era konvergensi. Penulis menggunakan teknik wawancara mendalam (*deep interview*) kepada beberapa informan dan observasi terhadap aplikasi *Noice*.

## KAJIAN TEORITIS

### 1. Perkembangan Radio di Indonesia

Perkembangan penyiaran radio di dunia, diawali dengan industri penyiaran radio oleh David Sarnoff yang mendirikan perusahaan radio dengan sistem AM yang bernama *Radio Corporation of America* (RCA). Tercatat, beberapa tokoh penting dalam sejarah perkembangan radio yang disebut sebagai *pioneers of radio* antara lain (Commission, 2004):

1. James Clark Maxwell. Teorinya menyebutkan bahwa gerakan magnetis dapat mengarungi ruang angkasa dengan kecepatan yang hampir sama dengan kecepatan cahaya.
2. Heinrich Rudolf Hertz, berhasil membuktikan bahwa radiasi gelombang radio memiliki sifat-sifat gelombang Hertz, yaitu unit satuan ukur frekuensi.
3. Guglielmo Marconi, menciptakan telegrafi nirkabel yaitu pengiriman pesan telegraf tanpa menghubungkan kabel seperti yang digunakan oleh telegraf listrik.

4. Reginald Fessenden, perintis siaran radio AM tahun 1906.
5. Lee De Forest, mematenkan dua perangkat elektroda untuk mendeteksi gelombang elektromagnetik.
6. Edwin H. Amstrong, memperkenalkan sistem radio FM dengan kualitas suara lebih jernih.

Perkembangan penyiaran radio di Indonesia diawali pada masa pemerintahan Hindia Belanda pada tahun 1925 oleh Prof Komans dan Dr De Groot yang berhasil melakukan komunikasi radio dengan menggunakan stasiun *relay* di Malabar, Jawa Barat. Rapat yang digelar pada tanggal 11 September 1945 dan dihadiri oleh para tokoh tersebut kemudian sepakat mendirikan Radio Republik Indonesia (RRI) dan sekaligus memilih Dokter Abdulrahman Saleh sebagai pemimpin umum RRI yang pertama.



Gambar 2.  
Perangkat Radio ([www.solarmio.com](http://www.solarmio.com))

Industri media memiliki dua pasar yakni pasar *audience* dan pasar pengiklan. Dalam konteks ekonomi, media merupakan institusi bisnis atau institusi ekonomi yang memproduksi dan menyebarkan informasi, pengetahuan, pendidikan, dan hiburan kepada konsumen yang menjadi target. Secara konseptual, ekonomi media merupakan studi tentang bagaimana industri media menggunakan sumber-sumber yang terbatas untuk menghasilkan jasa yang didistribusikan kepada konsumen dalam masyarakat untuk memenuhi berbagai keinginan dan kebutuhan (Albarran, 1996).

## 2. Pengaruh Radio dalam Perspektif Determinisme Teknologi

Teknologi adalah ekstensi kultural dari bagian tubuh manusia seperti mata, tangan, telinga, kaki dan yang lainnya. Singkatnya, teknologi adalah perpanjangan panca indera. Sehingga, dapat dikatakan bahwa tanpa teknologi maka sebagian besar kebutuhan manusia tidak dapat terpenuhi (Lenski, 2001).

Teknologi membentuk individu bagaimana cara berpikir, berperilaku dalam masyarakat dan teknologi tersebut akhirnya mengarahkan manusia untuk bergerak dari satu abad teknologi ke abad teknologi yang lain (McLuhan, 1994). Eksistensi manusia ditentukan oleh perubahan mode komunikasi dan perubahan pada mode komunikasi akan membentuk suatu budaya dengan melalui beberapa tahapan yaitu penemuan dalam teknologi komunikasi, perubahan dalam jenis-jenis komunikasi, dan peralatan untuk berkomunikasi.

Dalam konsep determinisme teknologi, kemajuan teknologi sangat berpengaruh terhadap arah penemuan baru dan mempunyai peranan penting untuk membentuk perilaku masyarakat yang memungkinkan terjadinya perubahan dan juga revolusi sosial. Sejarah manusia menjadi empat periode, yakni masa masyarakat suku (*tribal age*), masyarakat beraksara (*literate age*), masa cetak (*print age*), dan era elektronik (*electronic age*). Dalam karyanya, masyarakat dan individu dibentuk oleh media. Faktor-faktor sosial, ekonomi, budaya, atau politik, jika dirujuk, hanya memiliki dampak minor dibandingkan dengan teknologi *over*

determinasi yang berlebihan. Teori determinisme teknologi secara khusus mengamati bagaimana teknologi membentuk kecenderungan tertentu pada manusia, khususnya dalam penggunaan indera mereka karena teori ini menanggapi bahwa teknologi adalah perpanjangan panca indera manusia. Pokok gagasan dari teori ini adalah bahwa perubahan yang terjadi dalam berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri (McLuhan, 1994).

Gagasan dasar mengenai pengaruh teknologi media terhadap manusia melalui teori yang dinamakan teori ekologi media (*technological determinism*) sebagai berikut:

1. Media memengaruhi setiap perbuatan atau tindakan dalam masyarakat.
2. Media memperbaiki persepsi kita dan mengelola pengalaman kita.
3. Media mengikat dunia bersama-sama.

Revolusi teknologi sering disusul dengan revolusi dalam perilaku sosial. Determinisme teknologi juga memiliki tiga bentuk dalam perkembangannya. Bentuk yang pertama adalah normatif. Bentuk ini bersifat objektif, efisien mementingkan rasionalitas dan produktifitas dari perkembangan teknologi itu sendiri di dalam masyarakat. Bentuk kedua adalah penting secara logis, yaitu pandangan yang menganggap bahwa determinisme teknologi terkonstruksi secara sosial, kebudayaan, sejarah, sosial, dan juga faktor kontekstual lainnya. Bentuk yang terakhir adalah konsekuensi yang tidak di sengaja, misalnya kemungkinan adanya polusi, transformasi masyarakat yang radikal, gaya hidup yang berubah yang mungkin agak konsumtif walaupun pada dasarnya teori ini menganggap bahwa perkembangan teknologi memberi banyak perkembangan kualitas kehidupan masyarakat (Lenski, 2001). Intinya, teori determinisme teknologi mempercayai bahwa teknologi menentukan tindakan manusia dan teknologi adalah produk dari sosial, politik, ekonomi, dan budaya lingkungan di mana ia berada (Humphreys, 2005).

Konsep determinisme teknologi yang dikemukakan oleh Harold Innis berbeda dengan konsep McLuhan. Tremblay dalam tulisannya berjudul: *From Marshall McLuhan to Harold Innis, or From the Global Village to the World Empire* mengungkapkan perbedaan itu. Innis mengikuti karir akademis tradisional, McLuhan memilih jalur yang lebih tidak konvensional. Innis menerapkan metode-metode ilmu sosial secara seksama pada penelitiannya, McLuhan berusaha meniru cara seniman bekerja. sementara Innis tertarik pada nasib komunitas, McLuhan lebih peduli dengan kehidupan biasa individu. Innis tetap pesimis hingga akhir hayatnya tentang masa depan masyarakat modern, percaya bahwa mereka tidak dapat mencapai keseimbangan yang diperlukan untuk kelangsungan hidup mereka. Namun, McLuhan telah beralih dari rasa khawatir tentang aspek-aspek tertentu dari budaya kontemporer.

Lebih lanjut McLuhan menyebut radio, televisi dan film merupakan contoh dari media panas (*hot media*) karena khalayaknya bersifat pasif. Media panas (*hot media*) adalah media yang berfokus hanya pada satu indera saja dimana keterlibatan konsumen sangat rendah. Radio mengandalkan suara untuk menyampaikan konten kepada pendengarnya. Efek suara menjadi daya tarik bagi pendengar karena pendengar radio siaran terbawa suasana yang digambarkan. Suara dapat memicu kemarahan, kesedihan, bahkan kebencian dan di sisi lain suara dapat membuat orang tertawa Bahagia. Suara akan memunculkan persepsi atau dapat dikatakan persepsi pendengar muncul dari pesan berupa suara yang disampaikan oleh radio (Ardianto & Erdianya, 2004, p. 35). Radio lah yang membentuk persepsi itu melalui pesan suara yang dipancarkan. Persepsi salah satunya dibentuk oleh target atau objek persepsi itu sendiri dimana gerakan, bunyi, dan atribut lain dari target atau objek persepsi akan membentuk cara kita memandangnya (Muchlas, 2008, p. 13). Persepsi sebagai proses dimana individu- individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan indera mereka agar memberi makna. Hal ini disebabkan karena media adalah pengonstruksi realitas maka kehadiran media merupakan

gambaran bagaimana kondisi masyarakatnya dan memengaruhi perilaku masyarakat dan memengaruhi seluruh sistem kehidupan kemasyarakatan.

Telinga sebagai satu-satunya indera yang di-stimuli oleh radio akan menangkap suara yang dikeluarkan oleh radio. Suara menjadi kekuatan dan daya tarik radio sehingga suara-lah yang akan menentukan apakah *audience* akan mendengarkan atau malah meninggalkan. Suara apapun seperti suara penyiar radio, musik yang diputar, dialog interaktif dan pesan iklan sampai *noise* atau gangguan suara akan sangat mempengaruhi *audience*. Pendengar bisa bertahan mendengarkan bila pesan melalui suara yang diperdengarkan di radio sesuai dengan harapan dan sebaliknya akan mengganti *channel* radio bahkan mematakannya bila pesan yang disampaikan tidak sesuai harapan, termasuk adanya gangguan atau *noise* dalam siaran radio. Suara yang dikeluarkan oleh radio akan memengaruhi pikiran dan membentuk persepsi pendengar untuk melakukan tindakan. Oleh sebab itu, keberhasilan radio memenuhi hasrat *audience*-nya adalah karena keberhasilannya mengonstruksi persepsi pendengar.

### Hasil dan Pembahasan

Dalam penelitian ini, perspektif determinisme teknologi digunakan untuk menganalisis fenomena teknologi radio di era konvergensi. Penulis memilih beberapa informan dan melakukan wawancara untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah penelitian ini. Profil informan tampak dalam tabel berikut.

Tabel 1. Profil Informan

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia (thn)	Profesi/pekerjaan
1.	Mira	Perempuan	31	Pegawai
2	Klaus	Laki-laki	41	Pengamat Media
3.	Desya	Perempuan	35	Swasta
4.	Della	Perempuan	28	Swasta
5.	Hutami	Perempuan	23	Mahasiswa
6.	Ahmad	Laki-laki	25	Mahasiswa
7.	Indria	Perempuan	43	Pegawai Negeri
8.	Marvy	Laki-laki	38	Mahasiswa
9	Sovi	Perempuan	27	Penyiar Radio
10.	Hendro	Laki-laki	54	Wiraswasta

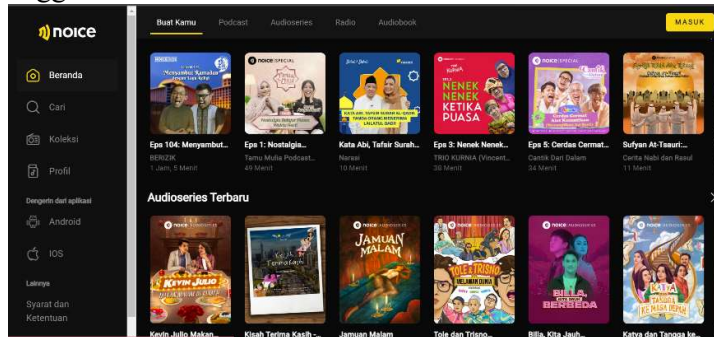
### Melihat Era Konvergensi dalam Perspektif Ekonomi Media

Bisnis media adalah bagaimana media berusaha *survive* dengan cara mendapatkan *audience* sebanyak-banyaknya sehingga memperoleh pendapatan iklan yang sebesar- besarnya dari pemasang iklan. Berdasarkan konteks ekonomi media, dalam mengadakan multimedia atau konvergensi media sebuah perusahaan media harus berinvestasi. Namun konvergensi media pada gilirannya akan menghasilkan efisiensi ekonomi dan memperluas pasar (Resmadi & Yuliar, 2014).

Berinovasi dengan hadir di lingkungan internet agar pendengar bisa mengakses siaran radio dimana saja, adalah salah satu cara yang ditempuh radio untuk mengatasi ancaman. Internet adalah sebuah inovasi yang dicirikan oleh tingkat keuntungan relatif yang sangat tinggi, di mana inovasi dianggap memberikan manfaat yang lebih besar daripada gagasan sebelumnya (Rogers, 2001). Konvergensi menjadi salah satu solusi bagi radio untuk dapat tertus bertahan karena merupakan persilangan alur atau kombinasi yang menghasilkan transformasi pada setiap pemusatan atau penyatuan teknologi, seperti penciptaan teknologi dan penyatuan baru.

Terdapat tiga domain dalam konvergensi media, diantaranya adalah domain penyiaran (Fiddler, 2003, p. 45). Adanya transformasi media dalam domain penyiaran ini karena yang benar-benar diimpikan *audience* adalah pilihan-pilihan hiburan yang lebih banyak dan kendali

yang lebih besar atas waktu-waktu menonton. Konvergensi ke aplikasi berbasis internet seperti *Noice* tanpa meninggalkan media lama adalah upaya radio agar dapat bertahan di industri yang sarat persaingan sekaligus upaya untuk makin memuaskan hasrat khalayak untuk mendengarkan radio. Radio yang biasanya hanya berbentuk kotak dan diletakkan diatas meja, dijinjing atau yang dipasang di mobil lalu berinovasi ke bentuk aplikasi berbasis internet seperti *Noice* tanpa meninggalkan media lama.



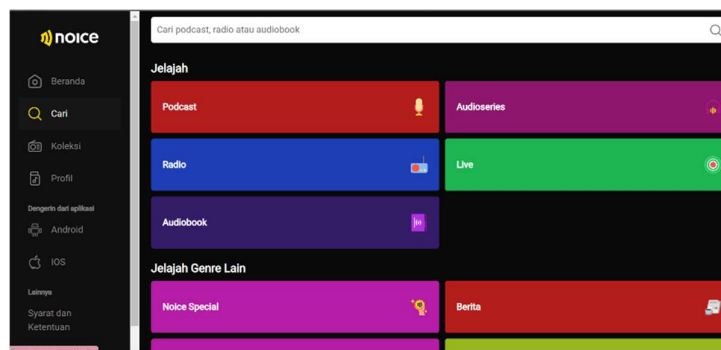
Gambar 3. Tampilan NOICE pada Laptop  
(Sumber: Penulis,2023)

Konvergensi media merupakan penggabungan media, industri telekomunikasi dan segala bentuk media komunikasi kedalam bentuk digital. Mereka menyebutkan bahwa konvergensi media erat kaitannya dengan proses digitalisasi (McLuhan, 1994). Ketika radio berkonvergensi, maka yang yang terjadi adalah penggabungan antara media radio (dalam frekuensi AM/FM) dan radio berbasis internet. Pendengar diberikan banyak pilihan untuk menikmati radio. Siaran radio kini bisa dinikmati langsung baik lewat perangkat radio maupun perangkat dengan layanan internet masing – masing pendengar.

*“Salah satu perbedaan yang paling mencolok antara radio dulu dan sekarang adalah media interaksi yang digunakan. Dulu kalau mau request lagu tuh pake kertas atau surat, yang kadang harus beli atau datang langsung di studio, sekarang bisa gabung melalui platform manapun sms, telp, WA, line, dan lain-lain. Radio sekarang juga bisa didengarkan dimanapun dengan cara streaming, tidak terbatas frekuensi radio saja”- Sovi (wawancara 10 Desember 2022).*

### **Noice: Keutamaan fungsi media bagi Pendengar Radio**

*Noice* merupakan salah satu hasil dari teknologi yang memungkinkan kehadiran media audio baru dalam bentuk aplikasi. Hal ini tentu memudahkan pendengar untuk memilih sendiri radio apa yang akan dinikmati dan jenis konten apa yang menarik bagi pendengar.

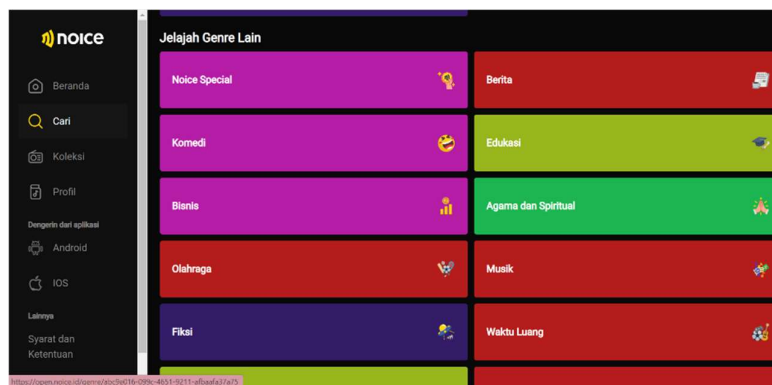


Gambar 4. Tampilan Noice  
(Sumber: Penulis, 2023)

Noice merupakan bentuk penggabungan atau konvergensi. Konvergensi bukan hanya sekedar penggabungan melainkan fleksibilitas. Dengan semakin fleksibelnya radio, pendengar menjadi merasa makin intim dan makin personal. Dulu, ketika kita mendengarkan radio, orang lain mungkin akan mendengar siaran yang sama dengan kita. Tapi sekarang, teknologi memungkinkan kita untuk mendengarkan radio sendirian, menggunakan *earphone* atau *headset* tentunya. Teknologi yang ada pada radio sangat memengaruhi perilaku dan menentukan tindakan pendengar.

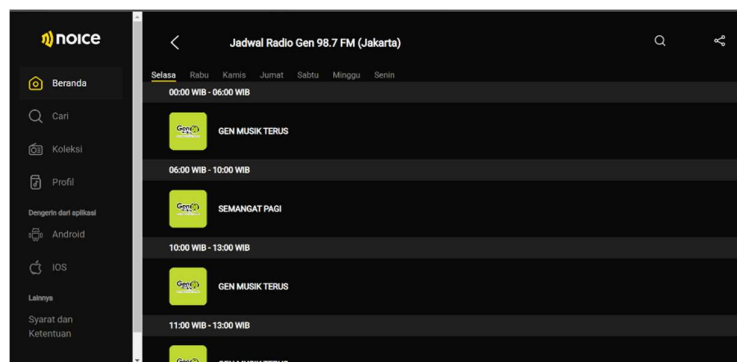
*“Enak ya sekarang radio bisa streaming. Jaman saya dulu, mendengarkan radio itu ya duduk, terus kita betul-betul mendengarkan gitu. Kalau kita jauh dari perangkat radionya, ya suaranya dibesarkan supaya kedengaran. Sekarang kan tinggal pasang earphone, dengerinnya bisa sambil jalan-jalan. Saya gak pernah dengerin streaming karena cuma dengerin radio waktu di mobil”.* Hendro (wawancara 10 Desember 2022)

Kemunculan teknologi baru telah memengaruhi dan mengubah perilaku pendengar. Noice sebagai radio jaman *now* memberikan kebebasan pada pendengarnya untuk memilih cara mengakses radio yang berbeda dengan radio dulu yang memaksa pendengar untuk ‘tunduk’ pada sebuah perangkat.



Gambar 5. Pilihan Akses Aplikasi Noice untuk Android atau IOS  
(Sumber: Penulis, 2023)

Orang-orang yang terbuka akan perubahan akan dapat memahami bahwa kehadiran teknologi baru tidak dapat dihindari dan menjadi angin segar yang dapat mempermudah kehidupan. Perubahan hidup di masyarakat yang terjadi karena perkembangan teknologi membawa pada pemahaman bahwa manusia telah terdeterminasi oleh perkembangan teknologi yang ada.



Gambar 6. Tampilan Jadwal Radio Gen FM pada Aplikasi Noice  
(Sumber: Penulis, 2023)

Radio sendiri memiliki sifat-sifat yang berbeda dengan media massa lain. Pertama, radio bersifat langsung, sehingga untuk mencapai pendengar tidak memerlukan teknik penyampaian yang berbelit. Kedua, tidak mengenal jarak dan waktu. Ketiga, radio memiliki

daya tarik dan imajinasi yang tinggi. Hal ini disebabkan oleh sifat siaran yang serba hidup. Suasana hidup ini diciptakan oleh musik, komentar dari penyiar, serta efek-efek suara yang digunakan (Effendy, 1981). Karenanya, penyiar sebagai ujung tombak sebuah siaran harus memiliki kemampuan untuk mendukung siaran, baik itu teknis dan teoritis (Prayudha, 2005, p. 15). Sehingga, pendengar radio juga memiliki penyiar favoritnya masing – masing.

*“Kalau saya sih, Gen FM. Acaranya Duo Gambreng. Suka karena radionya memang anak muda banget jadi sesuai sama kehidupan anak muda jaman now. Program Duo Gambreng itu jam 16.00 - 19.00 kalo ngga salah. Suka karena kreatif penyiarnya, nggak cuma seru pas siaran tapi juga bikin banyak konten kreatif di platform lain” (Hutami, wawancara 6 Desember 2022).*

*“Stasiun radio favorit saya Persada FM. Program favorit itu pengajian islami, jam 5 sore. Saya suka karena program itu bisa meningkatkan keimanan dan ketaqwaan yang ada dalam diri kita” (Ahmad, wawancara 8 Desember 2022).*

Pemilihan penyiar yang digemari oleh pendengar berdasarkan gaya siaran, pemilihan kata, penentuan tema, pemilihan lagu sangat berpengaruh pada suka atau tidaknya pendengar pada siaran tersebut. Untuk menunjukkan bahwa seseorang setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu, setiap individu harus memiliki sikap yang tegas karena sikap pada dasarnya adalah tendensi manusia terhadap sesuatu (Severin, W, & Jr, 2001).

Selain itu, sajian program yang ditawarkan radio juga harus menarik minat pendengar radio. Pengelola stasiun radio harus benar-benar merancang sebuah program yang menarik minat pendengar bila ingin bertahan karena di era yang ketat persaingan seperti sekarang karena sangatlah mungkin pendengar akan berpindah ke stasiun lain bila program yang disajikan tidak menarik minatnya.

*“Radio tuh bikin hidup lebih rame aja. Sepi kalau gak ada radio. Tapi saya sih dengerin radio kalau di perjalanan aja, supaya gak jenuh dan gak ngantuk. Kalau dirumah, nonton TV aja. Saya gak punya channel favorit, pokoknya kalau lagunya bagus saya dengerin. Kalau saya gak suka, saya ganti channel. Genre musikapa aja deh, pokoknya bisa ngusir ngantuk di perjalanan” - Marvy (wawancara 9 Desember 2022)*

Meski *NOICE* menghadirkan beragam konten seperti Podcast dan lain – lain di mana juga dipandu oleh penyiar radio, pendengar tetap mengutamakan fungsi media dari kegiatan mendengarkan radio itu sendiri bagi kehidupan mereka sehari - hari. Radio lebih banyak dimanfaatkan sebagai media hiburan daripada media informasi kecuali radio yang memang benar-benar berfokus pada penyampaian informasi karena pendengar akan cepat jenuh bila mereka hanya menyajikan informasi tanpa diselingi pemutaran lagu. Masyarakat memerlukan media yang ‘ringan’ atau *easy media* dan dapat mengurangi stres. Kalau dulu, radio menghibur masyarakat dengan sandiwara radio maka sekarang radio menghibur dengan cara memutar musik dan lagu.

*“Saya dengerin radio sejak SMP. Sekitar tahun 2003. Senang bisa saling berbalas salam, bisa request lagu favorit, bisa ngerasain seneng pas lagu favorit tiba-tiba diputar, apalagi dengan sifat radio yang selintas, bisa jadi teman baik saat mengerjakan apapun” - Sovi (wawancara 10 Desember 2018)*

Kehadiran radio sejatinya adalah teman bagi pendengarnya. Hal ini menimbulkan dampak dari pesan iklan di radio akan diterima secara intim dalam suasana pribadi. Teknologi yang dibenamkan di radio saat ini seperti *streaming* semakin membuat radio semakin fleksibel, tidak ‘kaku’ seperti dulu. Fleksibilitasnya ini akan mengelola tindakan pendengar, membentuk persepsi dan sikap pendengar.

*“Pengaruh radio sangat besar dalam hidup saya. Apalagi sekarang ada streaming. Bahkan saat gak siaran pun, di rumah saya selalu dengerin radio, jadi bisa ngerjain pekerjaan rumah tangga sambil nyanyi-nyanyi jadi gak berasa sepi” – Sovi (wawancara 10 Desember 2022).*



*“Dulu saat masih tinggal di kos-kosan, radio berpengaruh banyak dalam hidup saya, terutama saat persiapan berangkat kerja karena radio merupakan media yang ringan dan pas untuk dinikmati dimana saja dan kapan saja. Kebetulan saya kerja di bagian humas, info dari radio yang saya dengerin pagi hari sebelum berangkat kerja sangat bermanfaat. Minimal saya tahu lah berita terkini” – Della (wawancara 6 Desember 2022).*

*“Pengaruhnya cukup besar buat saya. Seperti info lalu lintas. Kalau diberitakan jalan A macet, maka saya menghindari jalan macet. Terus ada berita lagi pohon tumbang misalnya, saya bisa menghindar juga. Intinya, radio itu semacam guidance buat saya lah untuk beraktivitas. Tapi kalau info lain, saya masih suka media online” – Hendro (wawancara 10 Desember 2022).*

Pernyataan-pernyataan tersebut menyimpulkan bahwa radio yang digunakan untuk menyampaikan pesan, bukan hanya sekedar peran tetapi memiliki peran tertentu. Masyarakat tidak hanya dipengaruhi oleh ‘isi’ tapi juga oleh ‘media’ yang digunakan karena *“medium is the message* (McLuhan, 1994). Media yang digunakan untuk menyampaikan pesan, bukan hanya sekedar alat tetapi memiliki peran tertentu. Aspek media tidak terletak dalam masalah yang terkait dengan konten budaya, tetapi didalam media komunikasi itu sendiri karena medium adalah pesannya. Bentuk-bentuk media lah yang akan membentuk persepsi manusia.

## KESIMPULAN

Era konvergensi yang saat ini terjadi mengarah pada digitalisasi. Radio turut mengikuti langkah tersebut agar tetap bisa mempertahankan eksistensinya melalui penggunaan aplikasi berbasis internet. Kondisi ini tentu mengonstruksi pendengar yang berbeda dengan radio sebelumnya hadir. Hal yang paling terlihat adalah cara mendengarkan radio. Konvergensi menciptakan fleksibilitas dalam memberikan pilihan menikmati media pada pendengar radio. Pendengar mempunyai keleluasaan untuk memilih antara mendengarkan radio melalui perangkat yang sudah terpasang di mobil atau *gadget* yang selalu dibawa ketika beraktivitas sehari – hari (*streaming*).

Pilihan konten juga menjadi prioritas bagi pendengar dalam kegiatan mendengarkan radio. Keberadaan jadwal program beserta waktu siaran menjadi kemudahan untuk pendengar untuk memilih konten radio. Musik menjadi konten pilihan utama bagi pendengar ketika mendengarkan radio. Hal ini terjadi karena aktivitas mendengarkan radio dilakukan sembari melakukan aktivitas sehari – hari seperti bekerja, mengendarai kendaraan dan mempersiapkan diri untuk berangkat kerja. Informasi mengenai kondisi jalan raya juga menjadi konten yang digemari pendengar demi menunjang lancarnya perjalanan. Sehingga, pendengar radio mempunyai tujuan masing – masing yang dapat dipenuhi oleh kehadiran radio dalam bentuk aplikasi berbasis internet. Fleksibilitas yang dimiliki radio saat ini dapat mempengaruhi tindakan, persepsi dan sikap dari pendengar.

Kekuatan radio bukan hanya pada pesan yang disampaikan namun lebih pada media itu sendiri. Bentuk-bentuk media lah yang akan membentuk persepsi manusia. Persepsi dan sikap yang muncul merupakan representasi ketegangan pendengar apakah akan tetap bertahan mendengarkan radio atau meninggalkannya. Teknologi radio makin menjadikan pendengarnya makin memiliki ketergantungan yang tinggi. Radio berbentuk aplikasi berbasis internet yang bisa dinikmati dimana saja, membuat pendengar malah semakin tidak bisa lepas dengan radio. Radio juga menjadi media yang bersifat personal secara emosi bagi pendengarnya karena dapat menikmati radio berbentuk aplikasi berbasis internet dengan menggunakan *earphone*. Sehingga, apa yang dilakukan teknologi adalah memudahkan manusia namun mengubah tindakan manusia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Albarran, A. (1996). *Media economics: Understanding markets, industries and concepts*. Ames.
- Ardianto, E., & Erdianya. (2004). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Asih, R. (2022, December 4). *5 Podcast Terpopuler di Indonesia dalam Spotify Wrapped 2022, Rintik Sedu Pertahankan Ranking 1*. Retrieved from Liputan 6: <https://www.liputan6.com/showbiz/read/5143686/5-podcast-terpopuler-di-indonesia-dalam-spotify-wrapped-2022-rintik-sedu-pertahankan-ranking-1>
- Commission, F. C. (2004). *A Short History of Radio: With an Inside Focus on Mobile Radio*. p. 4.
- Effendy, O. U. (1981). *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Bandung: PT Rosdakarya .
- Fiddler, R. (2003). *Mediamorfosis*. Yogyakarta: Bentang Budaya.
- Gray, J., & Rumpel, B. (2015). Models for digitalization. *Springer Link*, 1319-1350.
- Humphreys, L. (2005). Reframing social groups, closure, and stabilization in the social construction of technology. *19(2-3)*, 231-253.
- Indonesia, P. R. (2020, June 21). *Jumlah pendengar Radio mengalami peningkatan*. Retrieved from Radio Indonesia: <https://radioindonesia.co.id/news-detail/jumlah-pendengar-radio-mengalami-peningkatan>
- Lenski, G. (2001). Human Societies: An Introduction to Macrosociology. *Journal of Education Enquiry : Technological Determinism and School*, 34.
- McLuhan, M. (1994). *Understanding Media: The Extension of Man*. London: The MIT Press.
- Muchlas, M. (2008). *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Noice. (2023). *Tentang Noice*. Retrieved from Noice: <https://www.noice.id/tentang-noice/>
- Prayudha, H. (2005). *Radio Suatu Pengantar untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*. Malang: Banyumedia Publishing.
- Resmadi, I., & Yuliar, S. (2014). Kajian difusi inovasi konvergensi media di harian pikiran rakyat. *Jurnal Sosioteknologi*, 13(2), 110-118.
- Rogers, E. (2001). The Digital Divide. *Convergence*, 7(4).
- Salsabilla, U. H., Melania, A., Jannah, A., Arni, I. H., & Fatwa, B. (2020). Peralihan Transformasi Media Pembelajaran dari Luring ke Daring dalam Pendidikan Agama Islam. *Al-Muaddib: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Keislaman*, 5(2), 198-216.
- Severin, W. J., W, J., & Jr, J. W. (2001). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.