

## PERKEMBANGAN RADIO SUARA SURABAYA TAHUN 1983-2019

**PRAMUDYA NOURMA ANANDA PUSPA**

Jurusan Pendidikan Sejarah  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum  
Universitas Negeri Surabaya  
E-mail : [anandapuspa03@gmail.com](mailto:anandapuspa03@gmail.com)

**Nasution**

Jurusan Pendidikan Sejarah, Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum  
Universitas Negeri Surabaya

### ABSTRAK

Di zaman yang serba digital sekarang ini, kehidupan kita tidak lepas dari aktivitas media massa. Radio sebagai salah satu media massa yang masih populer memberikan sumbangan yang cukup dominan terhadap realitas sosial kehidupan masyarakat. Kemajuan teknologi mendorong radio untuk berkembang ke arah yang lebih modern dengan menyesuaikan pangsa pasar, juga bentuk dari strategi bertahan agar radio tidak mati. Radio Suara Surabaya merupakan salah satu radio yang masih mengembangkan konsep jurnalisme warga sejak tahun 1983. Konsep jurnalisme warga yang dimiliki Radio Suara Surabaya menjadi pionir perusahaan. Memindahkan kultur jurnalisme warga ke dalam instrumen yang baru dengan mengandalkan kemajuan teknologi adalah upaya yang dilakukan Radio Suara Surabaya. Penelitian ini berfokus pada perubahan bentuk radio konvensional ke bentuk radio multiplatform akibat kemajuan teknologi serta kontribusinya terhadap pendengar.

Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana perkembangan Radio Suara Surabaya tahun 1983-2019? 2) Bagaimana strategi bertahan Radio Suara Surabaya tahun 1983-2019? 3) bagaimana kontribusi radio suara surabaya tahun 1983-2019? Metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian sejarah dengan tahapan heuristik, kritik, interpretasi dan historiografi.

Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa Radio Suara Surabaya mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi yang luar biasa, dibuktikan dengan Radio Suara Surabaya memiliki 6 platform di situs online dalam kurun waktu dari tahun 1983 hingga 2019, platform-platform tersebut terdiri situs web resmi, majalah, sosial media (*facebook & twitter*), aplikasi Suara Surabaya Mobile dan *podcast*. Hal ini bermula dari program telepon interaktif ditahun 1994 dengan berkembangnya telepon seluler menyebabkan Radio Suara Surabaya sadar akan dampak dari perkembangan teknologi dan telekomunikasi. Terciptanya berbagai platform tersebut guna mendistribusikan informasi terkini dengan tetap mengandalkan jurnalisme warga sehingga kebutuhan akan informasi dapat terpenuhi.

**Kata kunci :radio, media massa, teknologi**

### ABSTRACT

*In today's digital era, our lives cannot be separated from mass media activities. Radio as one of the mass media which is still popular gives a dominant contribution to the social reality of people's lives. Technological advances encourage radio to develop into a more modern direction by adjusting market share, as well as a form of survival strategy so that radio does not die. Radio Suara Surabaya is one of the radios that has been developing the concept of citizen journalism since 1983. The concept of citizen journalism owned by Radio Suara Surabaya became the company's pioneer. Moving the culture of citizen journalism into a new instrument that relies on technological advances is an effort made by Radio Suara Surabaya. This study focuses on the change from conventional radio to multiplatform radio due to technological advances and its contribution to listeners.*

*The problems that will be discussed in this research are 1) How was the development of Radio Suara Surabaya in 1983-2019? 2) What is the survival strategy for Radio Suara Surabaya in 1983-2019? 3) how was the contribution of the voice radio in Surabaya in 1983-2019? The method used by the researcher is the historical research method with heuristic, criticism, interpretation and historiography stages.*

*The results of this study explain that Radio Suara Surabaya is able to adapt to extraordinary technological advances, as evidenced by Radio Suara Surabaya has 6 platforms on the online site. from 1983 to 2019, these platforms consist of official websites, magazines, social media (*facebook & twitter*),*

*Suara Surabaya Mobile application and podcasts. This stems from the interactive telephone program in 1994 with the development of cell phones causing Radio Suara Surabaya to become aware of the impact of technological and telecommunication developments. The various platforms were created to distribute the latest information while still relying on citizen journalism so that the need for information can be met.*

**Keywords :** radio, mass media, technology

## PENDAHULUAN

Radio adalah alat komunikasi massa, yang artinya saluran pernyataan manusia umumnya dan menyalurkan gelombang yang berbunyi, berupa program-program yang teratur yang isinya aktual dan meliputi segi perwujudan kehidupan masyarakat.<sup>1</sup> Secara garis besar pengertian radio adalah suatu pengiriman yang dapat menimbulkan bunyi melalui udara, pemancar radio dan pesawat radio. Dalam hal ini terdapat 3 unsur pokok dari pengoperasian radio, yaitu pesan atau materi yang disampaikan, pemancar radio sebagai pemancar bunyi atau suara dan pesawat radio yang berfungsi sebagai penerima pesan sehingga dapat diteruskan kepada pendengar. Suara yang didengar dari pesawat radio berisi tentang hiburan seperti musik ataupun humor serta berisi tentang berita atau informasi yang dapat diterima.

Sejak Indonesia memasuki era Orde Baru, segala bentuk media massa dikuasai oleh pemerintah. Sebagai radio swasta, Suara Surabaya wajib memutar ulang siaran berita dari radio pemerintah (RRI), sesuai dengan SK Menteri Penerangan Republik Indonesia Nomor 226 Tahun 1984 bahwa radio swasta tidak dibenarkan menyelenggarakan siaran berita, alias tidak boleh berberita.<sup>2</sup> Karena sulitnya menemukan akses berita yang disebabkan adanya pembatasan yang dilakukan oleh pemerintah, maka mendorong SS (Suara Surabaya) untuk mengubah konsep berita menjadi informasi, karena kata informasi memiliki makna yang lebih ringan dibandingkan dengan berita, sehingga muatan informasi yang dibawakan tidak seberat muatan pada berita.

Radio Suara Surabaya merupakan radio swasta pertama di Indonesia yang menggunakan konsep informasi. Sejak awal berdirinya tahun 1983, SS menerapkan format siaran radio jurnalistik (*journalism radio*) yakni menuturkan sebuah peristiwa atau masalah dengan gaya percakapan. Selain menggunakan gaya

percakapan, siaran radio jurnalistik memiliki pedoman yang lain diantaranya yaitu berita radio ditulis dengan menggunakan kalimat-kalimat yang sifatnya *to the point*, berita radio ditulis dengan menghindari susunan kalimat terbalik serta berita radio ditulis dengan menggunakan kaidah subyek dan predikat berdekatan letaknya<sup>3</sup>. Siaran utama SS waktu awal berdiri adalah siaran lalu lintas dan pendengarnya adalah orang-orang berumur. Saat itu orang-orang belum banyak mendengarkan siaran lalu lintas, namun setelah jumlah kendaraan bertambah akhirnya orang-orang mulai mendengarkan siaran SS, karena hal tersebut SS menjadi *booming*.<sup>4</sup>

Tahun 1994, SS baru mengembangkan konsep *citizen journalism* (jurnalisme warga) lewat telepon interaktif, karena pada saat itu telepon seluler baru ada, sebelum ada telepon seluler masih menggunakan HT (*Handy Talky*). Karena adanya teknologi baru bernama telepon seluler, SS memanfaatkannya untuk program siaran dimana masyarakat tidak lagi menjadi konsumen yang pasif tetapi masyarakat sudah menjadi pelaku informasi sehingga terciptanya interaksi dua arah, pendengar dan penyiar. Masyarakat yang bertindak sebagai reporter dapat melaporkan apa saja yang terjadi disekitar mereka, mulai dari laporan kehilangan, pencurian, orang hilang, perampokan, jalanan yang rusak, kebakaran hingga air PDAM yang mati. Hal ini berkaitan dengan UU No. 32 Tahun 2002 pasal 5 pada butir (f) tentang Penyiaran, berbunyi penyiaran diarahkan untuk menyalurkan pendapat umum serta mendorong peran aktif masyarakat dalam pembangunan nasional dan daerah serta melestarikan lingkungan hidup.<sup>5</sup>

Sumbangan kemajuan teknologi ini merupakan angin segar bagi SS, bermula dari lahirnya teknologi telepon seluler membuat nama SS semakin besar. Sejalan dengan

<sup>3</sup>Rosihan Anwar, 1979, *Bahasa Jurnalistik Indonesia Dan Komposisi*, Jakarta: Proyek Pembinaan Dan Pengembangan Pers Departemen Penerangan RI, hlm 88

<sup>4</sup>Wawancara dengan Bapak Teguh Ardi Srianto, Reporter Radio Suara Surabaya Tahun 1999-2014, tanggal 5 Februari 2020

<sup>5</sup>Arsip Nasional UU No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran

<sup>1</sup>Anwar Arifin, 1984, *Strategi Komunikasi*, Bandung: AMIRCO, hlm 81

<sup>2</sup>Arifin B. H., 2010, *Suara Surabaya : Bukan Radio*, Surabaya : Suara Surabaya, hlm 1

perkembangan teknologi dan internet yang semakin gencar, sebagai radio swasta yang pengoperasionalnya menggunakan biaya sendiri dengan pemasukan dari iklan, SS terus berupaya melebarkan sayapnya dengan mengalihkan segmen pasar ke anak-anak muda, tujuannya untuk mengikuti perkembangan zaman dengan teknologi dan agar SS tidak mati. Artinya, radio SS berusaha melakukan pembaharuan media dengan memanfaatkan jaringan internet.

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk membahas bagaimana peristiwa konvergensi media massa pada Radio Suara Surabaya dalam menghadapi arus kemajuan teknologi dari yang semula radio konvensional menjadi radio multiplatform. Batasan spasial yang digunakan oleh peneliti adalah kota Surabaya dengan alasan bahwa Radio Suara Surabaya berlokasi di kota Surabaya, serta Surabaya tergolong kota besar dengan demikian kebutuhan akan informasi menjadi sangat penting. Batasan temporal yang digunakan oleh peneliti yaitu tahun 1983 hingga tahun 2019. Karena pada tahun 1983 Radio Suara Surabaya baru didirikan dan menjadi awal perjalanan radio tersebut. Kemudian alasan mengapa memilih tahun 2019 adalah karena platform terakhir yang diciptakan oleh SS adalah pada tahun 2019.

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti mengidentifikasi rumusan masalah sebagai berikut: (1) Bagaimana perkembangan radio Suara Surabaya tahun 1983-2019? (2) Bagaimana strategi bertahan Radio Suara Surabaya tahun 1983-2019? (3) Bagaimana kontribusi Radio Suara Surabaya tahun 1983-2019?. Atas pemaparan tersebut maka peneliti mengambil judul "Perkembangan Radio Suara Surabaya Tahun 1983 – 2019" dalam penelitian ini.

Dalam menganalisis kajian Perkembangan Radio Suara Surabaya Tahun 1983-2019 ini, penulis menggunakan teori bernama Determinisme Teknologi. Determinisme teknologi dapat diartikan sebagai sebuah paham yang menyatakan bahwa teknologi adalah penyebab utama dari perubahan yang terjadi dalam masyarakat. Istilah determinisme teknologi ini diyakini pertama kali ditemukan oleh Thorstein Veblen tahun 1920. Namun dalam kajian media, istilah ini kemudian dipopulerkan oleh seorang ilmuwan bernama Marshall McLuhan dalam bukunya *The Gutenberg Galaxy : The Making of Typographic Man* tahun 1962.<sup>6</sup>

<sup>6</sup>Sigit Surahman, 2016, *Determinisme Teknologi Komunikasi Dan Globalisasi Media Terhadap Seni*

Secara umum, teori ini menjelaskan bagaimana teknologi, terutama media, menentukan bagaimana individu dalam masyarakat memikirkan sesuatu, merasakan sesuatu dan melakukan tindakan tertentu.<sup>7</sup> Manusia melakukan adaptasi terhadap lingkungannya dengan mengembangkan kemampuan indrawinya sekaligus meningkatkan fungsi dan kemampuannya bertahan hidup. Ketika mendengar dan berbicara menjadi satu-stunya cara untuk bertukar informasi, maka secara otomatis kita berusaha untuk mengasah kemampuan sensori dan memori.

Keberadaan manusia informasi ditunjang oleh teknologi informasi. Hal ini menjadi selaras dengan konsep jurnalisme warga yang di gunakan oleh SS dengan memanfaatkan teknologi telepon seluler menjadi sebuah program populer bagi SS. Di Indonesia sendiri, jurnalisme warga merupakan perwujudan hak warga negara untuk menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia, landasannya pada Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1954 pasal 28F yang berbunyi "setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia".<sup>8</sup>

Perkembangan teknologi komunikasi dalam perspektif komunikasi peradaban memiliki posisi yang sangat strategis dalam mendorong teknologi dibidang lainnya yang menyebabkan perubahan sosial. Implikasi teknologi komunikasi yang dipresentasikan oleh media dapat mewujudkan timbulnya masyarakat berpengetahuan.

## METODE PENELITIAN

Metode merupakan serangkaian cara dalam pengungkapan hipotesa maupun penelitian yang dilakukan. Pada metode mayoritas berhubungan dengan berbagai teori sebagai alat analisis mengenai peristiwa yang diteliti. Dalam konteks ini telah digunakan metode sejarah. Metode sejarah adalah proses menguji dan menganalisis secara kritis rekaman

Budaya Indonesia, *Jurnal Rekam*, Vol 12 No 1, hlm 33

<sup>7</sup>Asep Saefudin, 2008, *Perkembangan Teknologi Informasi: Perspektif Komunikasi Peradaban*, *Jurnal Mediator*, Vol 9 No 2, hlm 384

<sup>8</sup>Arsip Nasional UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 28 F Tentang Hak Asasi Manusia

dan peninggalan masa lampau.<sup>9</sup> Untuk itulah dalam penelitian ini, peneliti berpedoman pada metodologi penelitian sejarah yang terdiri dari empat langkah, yaitu Heuristik, Kritik, Interpretasi dan Historiografi.

Langkah pertama yang dilakukan dalam penelitian sejarah adalah heuristik. Dalam tahapan ini peneliti mencoba untuk mencari dan menemukan sumber yang diperlukan. Proses pencarian ini dengan melacak sumber-sumber yang relevan guna menunjang penelitian baik untuk sumber primer maupun sumber sekunder.<sup>10</sup> Pada tahapan ini, peneliti mencari dan mengumpulkan sebanyak-banyaknya sumber-sumber baik primer maupun sekunder yang berkaitan dengan tema penelitian. Sumber primer seperti arsip atau dokumen dari Badan Kearsipan Jawa Timur tentang radio siaran non pemerintah. Selain itu sumber primer yang didapat peneliti juga mencakup hasil wawancara dengan narasumber. Peneliti menggunakan instrumen wawancara sebagai sumber primer dan telepon genggam sebagai alat perekam. Peneliti langsung mengunjungi kediaman Bapak Teguh Ardi Sianto di Asemrowo, Surabaya. Beliau selaku mantan reporter radio Suara Surabaya masa kerja tahun 1999-2014. Dalam pemilihan narasumber juga memiliki pertimbangan yang kompeten. Narasumber tersebut dianggap kompeten oleh peneliti karena beliau termasuk dalam pelaku sejarah yang hidup sezaman dengan temporal penelitian.

Untuk sumber pendukungnya, sebagai sumber sekunder berupa buku berjudul *Suara Surabaya : Bukan Radio* merupakan buku yang diterbitkan oleh Radio Suara Surabaya pada tahun 2010. Sumber pendukung lainnya berupa jurnal hasil penelitian orang lain. Peneliti juga mengumpulkan sumber pendukung dari koran yaitu dari koran Kompas dan Tempo. Selanjutnya peneliti juga melakukan penelusuran secara online di situs web resmi milik Radio Suara Surabaya, mengunduh aplikasi Suara Surabaya Mobile dan aplikasi Spotify di Playstore, peneliti juga mengunjungi jejaring sosial media *Facebook* dan *Twitter* akun resmi milik Radio Suara Surabaya.

Langkah selanjutnya adalah kritik. Dalam tahapan ini peneliti menggunakan kritik intern. Pada tahapan kritik intern, peneliti telah melakukan pengumpulan semua sumber. Kemudian peneliti membaca dan mencermati

hingga peneliti paham dan bisa melakukan pengujian terhadap kandungan dari sumber. Proses kritik intern ini berguna untuk memisahkan sumber-sumber yang primer dan sumber sekunder.

Langkah ketiga yaitu tahap interpretasi. Pada tahap ini peneliti. Pada tahap ini peneliti telah mencari keterkaitan antar berbagai fakta yang ditemukan diberbagai sumber, baik primer maupun sekunder yang sudah melalui tahap kritik baik intern dan dari fakta-fakta sejarah itu kemudian dikonstruksikan menjadi suatu rangkaian fakta sejarah yang memiliki koherensi dan sebab akibatnya untuk kemudian ditafsirkan. Penafsiran ini dilakukan setelah membaca dan menganalisis sumber-sumber dan menghasilkan penafsiran berdasarkan inti pembahasan penelitian. Dalam melakukan interpretasi, peneliti melakukannya dengan obyektif artinya melakukan penafsiran sebenarnya berdasarkan sumber sejarah yang ada.

Tahap akhir dari penelitian ini adalah melakukan historiografi, yaitu suatu bentuk penulisan yang bertujuan untuk menyajikan hasil laporan dari penelitian yang dilakukan dengan penulisan sejarah secara baik dan benar.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. PERKEMBANGAN RADIO SUARA SURABAYA TAHUN 1983-2019

#### 1. Nama Radio Suara Surabaya

Nama Suara Surabaya dirumuskan bersama oleh Soetojo Soekamihardjo sebagai Direktur Utama Suara Surabaya dengan Errol Jonathans sebagai Direktur Operasional Suara Surabaya Media. Sejak awal berdirinya SS ini dimaksudkan sebagai wadah bagi Kota Surabaya, tujuannya agar apa yang disiarkan oleh SS tidak bermacam-macam dan terfokus pada Kota Surabaya. Nama Suara Surabaya sendiri disandangkan agar radio ini dapat berguna bagi Kota Surabaya<sup>11</sup>. Kota Surabaya sendiri merupakan kota metropolitan kedua, sehingga kebutuhan akan informasi juga tergolong besar.

Tulisan dengan judul '*Suara Surabaya*' *Bukan Mentereng Gengsi* yang dimuat dilaman web resmi SS dimaksudkan agar nama Suara Surabaya untuk menyuarakan suara masyarakat Kota Surabaya. Pencapaian terbesar radio ini adalah mendapat pengakuan dari masyarakat bahwa radio ini milik orang Surabaya, pencapaian tersebut adalah pencapaian yang ingin diperjuangkan oleh Radio Suara Surabaya

<sup>9</sup>Louis Gotschak. 1986, *Mengerti Sejarah*, Jakarta: UI Press, hlm 32

<sup>10</sup>Aminuddin Kasdi, 2005, *Memahami Sejarah*, Surabaya : Unesa University Press, hlm 10

<sup>11</sup>[http://www.suarasurabaya.net/sshut/ss\\_sejarah.php?id=1rlm7dt3cve00okt7kdbv16062008134](http://www.suarasurabaya.net/sshut/ss_sejarah.php?id=1rlm7dt3cve00okt7kdbv16062008134), diakses tanggal 23 Maret 2020

dengan mengalihkan segmen pasar ke anak-anak muda, agar SS tidak menua.

SS mengalami perubahan frekuensi dua kali, yakni terjadi pada 11 Juni 1983-31 Juli 2004 SS berfrekuensi di FM 100.55. Selanjutnya karena ada penataan ulang seluruh frekuensi yang dikeluarkan oleh Departemen Perhubungan akhirnya SS berpindah ke frekuensi FM 100.00 sejak tanggal 1 Agustus 2004 hingga sekarang.<sup>12</sup>

## 2. Asas, Tujuan Dan Fungsi

Radio sebagai media komunikasi massa yang mempunyai peran penting dalam kehidupan sosial, budaya, politik dan ekonomi, memiliki asas, tujuan dan fungsi dalam menjalankan tugasnya sebagai media informasi. Hal ini disebutkan dalam UU No. 32 Tahun 2002 pasal 2, 3 dan 4 tentang penyiaran.

Penyiaran diselenggarakan berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945 dengan asas manfaat, adil dan merata, kepastian hukum, keamanan, keberagaman, kemitraan, etika, kemandirian, kebebasan dan tanggung jawab. (pasal 2)

Penyiaran diselenggarakan dengan tujuan untuk memperkuat integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil dan sejahtera, serta menumbuhkan industri penyiaran Indonesia. (pasal 3)

Penyiaran sebagai kegiatan komunikasi massa mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, serta memiliki fungsi ekonomi dan kebudayaan. (pasal 4)

## 3. Identitas Radio Suara Surabaya

Sebagai salah satu radio swasta yang terkenal di Kota Surabaya, SS tentu memiliki identitas yang jelas. Identitas tersebut dibuat dengan tujuan agar masyarakat bisa dengan mudah menemukan Radio Suara Surabaya serta guna menjaga identitas media radio dan media online yang dimiliki oleh Suara Surabaya.

**Tabel 1.1 : Identitas Radio Suara Surabaya**

Nama Perusahaan	PT. RADIO FISKARIA JAYA SUARA SURABAYA
Sebutan	SS FM

<sup>12</sup>[https://id.wikipedia.org/wiki/Suara\\_Surabaya](https://id.wikipedia.org/wiki/Suara_Surabaya) , diakses tanggal 29 Mei 2020 pukul 15.45

Udara	
Frekuensi	100 FM
Alamat	Jl. Wonokirti Besar 40 C, Surabaya
Telepon	031-5683040
Fax	031-5683733
Website	<a href="http://www.suarasurabaya.net">www.suarasurabaya.net</a>
Email	<a href="mailto:marketing@suarasurabaya.net">marketing@suarasurabaya.net</a>
Twitter	@e100ss
Facebook	E100
Slogan	News, Interaktif dan Solutif
Waktu Siaran	24 jam setiap hari

Sumber : Arsip Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia, Jawa Timur

## 4. Visi dan Misi Radio Suara Surabaya

SS memiliki satu visi dan empat misi yang penting, yakni :

### (Visi)

Suara Surabaya adalah sumber pemberdayaan dan kegiatan demokratisasi masyarakat, melalui usaha kegiatan media massa yang mengikuti perkembangan teknologi komunikasi dan telekomunikasi.

### (Misi)

1) Suara Surabaya, perusahaan media massa yang dituntut berkembang dengan mengandalkan kemajuan teknologi komunikasi dan telekomunikasi, 2) Suara Surabaya, sentra informasi tentang surabaya dan jawa timur, 3) Suara Surabaya, menyelenggarakan berbagai kegiatan pemberdayaan proses demokratisasi masyarakat, 4) Suara Surabaya, sumber kehidupan dan kesejahteraan seluruh unsur karyawan yang bekerja untuk kemajuan bersama.<sup>13</sup>

Dalam perkembangannya, SS mengembangkan tujuh roh korporasi, diantaranya yaitu SS organisasinya berbasis kualitas, peranan teknologi dan informasi dalam pengembangan bisnis, kepemimpinan SS diranah masyarakat. Yang dimaksud kepemimpinan diranah masyarakat adalah bagaimana pengaruh SS dihadapan publik, menjadikan SS sebagai wadah untuk membantu menyelesaikan masalah-masalah yang ada di masyarakat.<sup>14</sup> Seiring berjalannya waktu, perkembangan industri 4.0 yang diprediksi akan

<sup>13</sup>Arifin B. H., op.cit., hlm 19-20

<sup>14</sup>Sampoerno, Seto Herwandito, Dewi Kartika Sari, 2018, Pergeseran Peran Dan Fungsi Radio Suara Surabaya Dari Radio Informasi Menjadi Radio Pengaduan, *Jurnal Riset Komunikasi*, Vol 1 No 1, hlm 7-8

segera berganti menjadi 5.0, SS terus berupaya untuk mengembangkan konvergensi dengan tetap konsisten terhadap visinya. SS mendedikasikan segalanya untuk menjadi sumber pemberdayaan masyarakat dengan cara beradaptasi dengan teknologi dalam kegiatan media massa.<sup>15</sup>

**5. Program Siaran Radio Suara Surabaya**

Format siaran yang dilakukan SS adalah *open format* dengan menekankan interaksi antara reporter, narasumber dan pendengar. Siaran program yang dilakukan 24 jam ini tetap memuat format informasi<sup>16</sup>. Program siaran SS, antara lain :

**a. Program Rutin**

Terdapat tujuh program rutin yang disiarkan SS selama tujuh hari. Program rutin ini biasa disiarkan lebih dari satu kali selama kurun waktu 24 jam

**Tabel 1.2 : Program Rutin SS**

Program Siaran	Pukul	Hari
Berita Suara Surabaya	00.00, 06.00, 13.00	Senin-Minggu
Kelana Kota	24 jam	Senin-Minggu
Renungan Fajar	05.00	Senin-Minggu
Jaring Radio	08.05, 17.05, 20.45	Senin-Minggu
Inspirasi Solusi	10.00	Senin-Minggu
Talkshow Pariwara	12.00, 15.00, 19.50	Senin-Minggu
Wawasan	06.15, 08.20	Senin-Jumat

Sumber : Website Resmi Radio Suara Surabaya

**b. Program Khusus**

Program khusus disini adalah program-program selingan selain program rutin yang dimiliki SS. Program khusus hanya disiarkan satu kali dalam sehari.

**Tabel 1.3 : Program Khusus SS**

Program siaran	Pukul	Hari
Healthy Life Style	12.00	Senin

<sup>15</sup><https://www.suarasurabaya.net/kelanakota/2019/>, di akses tanggal 30 Mei 2010 pukul 00.23

<sup>16</sup>Raditya Sudarma, 2010, *Pengembangan Media Online Oleh Institusi Media (Studi Kasus Mengenai Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Suara Surabaya Dalam Mengembangkan Media Online)*, Skripsi, Universitas Airlangga, hlm 46

Honda Safety Riding	09.00	Senin
Klinik Psikologi	21.00	Senin
Connected Generation	21.00	Selasa
Muda Luar Biasa	21.00	Rabu
Lazuardi	21.00	Kamis
Dialog Perspektif Bisnis	08.30	Jum'at
Memorabilia	19.00	Minggu
Musik Klasik	22.00	Minggu
Jazz Traffic	22.00	Senin-Kamis

Sumber : Website Resmi Radio Suara Surabaya

**6. Struktur Karyawan**

Kegiatan pengoperasian radio harus dilakukan secara terstruktur guna menciptakan profesionalisme dalam bekerja serta mempermudah masing-masing karyawan untuk berkoordinasi.

**Tabel 1.4 : Struktur Karyawan Radio Suara Surabaya<sup>17</sup>**

Nama	Jabatan
Errol Jonathan	President Director
Rommy F.	Administration Director
Deddy W.	Bussiness Director
Errol Jonathan	Operational Director
Rudy Hartanto	HRD & GA MAN
Punjung	FIN & Acc. Manager
Irma	Promotion Manager
Iwan Adi	Sales Manager
Rara	Marketing Support SPV
Meinara Iman	On Air Manager
Meinara Iman	News Manager
Bagoes A.	Engineering Manager
Eddy Prastyo	New Media Manager
Rudy	Bussiness Dev. Man

<sup>17</sup>Bagas Syam Ardi, 2017, *Kepuasan Pendengar Terhadap Program Siaran Kelana Kota Radio Suara Surabaya*, Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya, hlm 44



Hartanto	
Zainal Alim	Chief Editor
Agung P.	Marketing Manager

Sebagaimana sebuah perusahaan, stasiun radio memiliki struktur karyawan dengan banyak posisi. Adapun tanggungjawab dari struktur karyawan sebagai berikut :

1. Direktur utama merupakan jabatan tertinggi dalam perusahaan atau bisa juga sebagai pemilik perusahaan bertugas sebagai pengawas tertinggi yang mengawasi kelancaran serta kesehatan keuangan perusahaan. Memiliki kewajiban untuk mengevaluasi hasil yang diperoleh perusahaan.<sup>18</sup>
2. Direktur administrasi bertanggung jawab dalam menerima dan mengerjakan serta mengawasi semua keperluan administrasi secara umum, memeriksa jadwal penyiar, data siar iklan, meteri iklam, bukti siar dan materi tertulis lainnya. Serta bertanggung jawab atas tugas yang diberikan oleh atasan yang terkait.<sup>19</sup>
3. Direktur program memastikan acara radio berjalan dengan lancar dan mencakup semua musik dan konten yang diperlukan. Mengikuti perkembangan tren untuk meningkatkan kualitas siaran dan kualitas sumber daya manusia penyiar. Selain itu, direktur program juga bekerjasama dengan marketing manager dalam hal sponsor/iklan.<sup>20</sup>
4. Marketing manager atau disebut sebagai pencari iklan, tugas utamanya adalah mencari iklan untuk meningkatkan pendapatan stasiun radio dengan mengatur penjualan jam siaran komersial. Seorang marketing manager juga berkoordinasi dengan seorang program director dalam penjadwalan siaran iklan.<sup>21</sup>
5. Manager teknik bertanggungjawab terhadap kualitas radio yang diakses pendengar, ia juga memastikan semua peralatan stasiun siaran bekerja termasuk soal pemancar dan

<sup>18</sup><http://manageradio.com/struktur-organisasi/>, diakses tanggal 7 Juni 2020, pukul 23.14

<sup>19</sup><http://hefriyodiansyah.blogspot.com/2010/12/>, diakses pada 7 Juni 2020, pukul 23.20

<sup>20</sup><http://communicate-withme.blogspot/2015/09/>, diakses tanggal 7 Juni 2020, pukul 23.30

<sup>21</sup> ibid.

mempersiapkan operasi penyiaran jarak jauh.<sup>22</sup>

6. Music director adalah orang yang berperan dalam penataan musik selama siaran on air, biasa para music director sudah mempunyai bekal ilmu musik dan harus bisa menempatkan kategori lagu sesuai dengan waktu dan tema siaran. Tugas seorang music director lainnya adalah menjalin kerjasama dengan label musik untuk menunjang ketersediaan lagu di radio. Jika sebuah radio melakukan rangking tangga lagu, maka yang bertugas menyusun *chart* adalah orang music director.<sup>23</sup>
7. Penyiar adalah orang yang bertugas untuk menyampaikan materi siaran kepada pendengar. Untuk dapat menjadi penyiar, seseorang harus memiliki bekal kualitas suara sesuai dengan warna yang dibutuhkan, serta memiliki intonasi yang jelas.<sup>24</sup>

## 7. Perlengkapan Radio

SS didirikan oleh Soetojo Soekomiharjo, pria kelahiran Sumenep 28 Agustus 1936 ini adalah orang yang pertama kali mengusung konsep radio berita. Konsep ini jelas menyimpang dari kebiasaan stasiun radio. Sebagai radio swasta, wajib *me-relay* siaran berita dari RRI. Namun hal tersebut tidak membuatnya goyah, semua pilihan dijalani dengan tekun dan sungguh-sungguh.<sup>25</sup>

Sebagai radio swasta yang didirikan oleh perseorangan, pendiriannya memiliki syarat terhadap perlengkapan yang digunakan. Sesuai dengan pasal 7 ayat (a) Surat Keputusan Menteri Perhubungan No 25 Tahun 1971 tentang radio swasta harus memiliki<sup>26</sup>:

- 1 Controle console
- 1 turn table
- 1 tape recorder
- 1 microphone
- 1 headphone
- 1 receiver all waves
- 1 lonceng

<sup>22</sup><http://anwarherdi.blogspot.com/2016/01/>, diakses tanggal 7 Juni 2010, pukul 23.55

<sup>23</sup><https://rudiandrisaputra.wordpress.com/2015/02/15/>, diakses pada 8 Juni 2020, pukul 00.09

<sup>24</sup> Ibid.

<sup>25</sup> Kompas, edisi 29 November 2010, *Dia Memilih Jalan Mendaki*, Jakarta: PT Kompas Media Nusantara, hlm 5

<sup>26</sup> Arsip oleh Badan Kearsipan Dan Perpustakaan Daerah Jawa Timur, Surat Keputusan Menteri Perhubungan No 25 Tahun 1971 Tentang Radio Siaran Non Pemerintah

## B. STRATEGI BERTAHAN RADIO SUARA SURABAYA TAHUN 1983-2019

### 1. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia adalah poin utama untuk keberhasilan sebuah perusahaan radio. Semua pegawai harus memiliki *skill* di bidang masing-masing. Terlebih untuk seorang penyiar yang memiliki peran penting bagi keberlanjutan radio SS. Bapak Errol menyebutkan bahwa radio akan terus didengar bila komunikasi penyiar dengan pendengar seperti teman dekat dan sahabat yang selalu setia.<sup>27</sup> Selain kekuatan suara, seorang penyiar juga harus memiliki inderake enam, yaitu *kepekaan* terhadap kejadian di sekitar.

Selain harus memiliki 'pengetahuan yang bagus', seorang penyiar harus mampu mengatasi kendala-kendala yang terjadi selama proses siaran. Misal harus menggantikan rekannya yang tidak bisa hadir untuk siaran, penyiar pengganti harus paham betul dengan materi yang akan dibawakan, karena nanti akan mempengaruhi jumlah pendengar atau penelepon yang masuk sehingga berpengaruh terhadap rating acara, alias dampak yang terjadi berurutan. Siapapun mereka harus siap untuk menggantikan sesama rekannya. Artinya setiap penyiar harus memiliki kemampuan untuk melihat, mendengar dan mengetahui banyak hal. Karena kendala siaran tercipta dari penyiar yang tidak kompeten.<sup>28</sup>

### 2. Media yang Digunakan Radio Suara Surabaya

Tahun 1884 hingga tahun 2000-an sejak masuknya pengaruh musik di dunia hiburan, radio menjadi salah satu sumber media pemutaran musik. SS dengan cepat menciptakan program siaran bernama '*Musik Top 30 Indonesia*' yang dibawakan oleh Yenni Sampoerna, seorang penyiar generasi pertama.<sup>29</sup> Program ini menjadi sangat fenomenal karena belum ada stasiun radio manapun yang pada saat itu memiliki program serupa. Beranjak dari situ, tahun 1987 SS membuat inovasi baru dengan menyusun rangking tangga lagu dan bekerja sama dengan Surabaya Post.<sup>30</sup>

Tahun 1994 saat teknologi telepon selulermulai dikenal, SS mengembangkan konsep telepon interaktif. SS menciptakan suatu

perubahan baru dalam dunia radio, dimana tidak hanya pihak radio saja yang bisa memberikan informasi tetapi masyarakat juga dapat menjadi pelaku informasi, konteks ini dinamakan jurnalisme warga. Semenjak adanya program telepon interaktif, orang-orang menjadi lebih terbuka dalam menyampaikan informasi. Karena sifatnya interaktif dan bisa dilakukan 24 jam untuk menyampaikan informasi ataupun kritik yang disampaikan oleh beragam usia.<sup>31</sup> Ketika itu ada seorang ibu-ibu yang menelepon SS, mengabarkan bahwa mobil kijangnya baru saja hilang, ibu tersebut melapor dengan menyebutkan ciri-ciri detail tentang mobilnya. Kemudian oleh penyiar SS kabar kehilangan itu di udarkan ke pendengarnya. Beruntungnya, karena polisi juga menyimak laporan kehilangan tersebut. Langsung saja, polisi melacak keberadaan mobil kijang itu. Selang beberapa jam, mobil kijang si ibu ditemukan.<sup>32</sup> Sekali lagi, SS menerapkan model komunikasi interaktif dengan memanfaatkan laporan sukarela dari para pendengar. Selian hanya untuk *request* lagu dan titip salam.

Memasuki tahun 1999, internet mulai marak digunakan. SS menciptakan sebuah website ([www.suarasurabaya.net](http://www.suarasurabaya.net)) yang dapat diakses oleh siapa saja namun tetap mempertahankan konsep radio konvensional dan mensinergikan dengan teknologi komunikasi. Sehingga dengan menerapkan teknologi internet, radio bisa diakses oleh siapa saja dan darimana saja. Radio internet merupakan situs web yang mendistribusikan program audiovisual terkadang juga ditransmisikan pada siaran reguler.<sup>33</sup> Karena karakteristik pengguna internet bersifat individual yaitu hanya dengan layar monitor.

Situs web [www.suarasurabaya.net](http://www.suarasurabaya.net) merupakan portal berita online milik Suara Surabaya Media resmi dibentuk tahun 1999, didalamnya terdapat 3 program yaitu, radio streaming, radio on demand dan visual radio. Ketiga program tersebut dapat diakses pengguna melalui internet. Pengertian dari ketiga program tersebut adalah radio streaming merupakan fasilitas yang diberikan SS Media untuk mendengarkan siaran berita full 24 jam. Radio on demand adalah dokumentasi siaran SS selama 24 jam berupa audio clip yang memiliki

<sup>27</sup>Ika Suryani Syarief, 2019, *Radio Tetap Eksis, Perkembangan Teknologi Adalah Peluang* <https://Suarasurabaya.Net/Kelanakota/2019>, diakses tanggal 2 Juli 2020 Pukul 15.34

<sup>28</sup>Wawancara dengan Bapak Teguh Ardi Srianto, Reporter Radio Suara Surabaya Tahun 1999-2014, tanggal 5 Februari 2020

<sup>29</sup>[http://suarasurabayanet/sshut/ss\\_sejarah](http://suarasurabayanet/sshut/ss_sejarah), diakses tanggal 10 Juni 2020, pukul 21.03

<sup>30</sup>Ibid.

<sup>31</sup>Wawancara dengan Bapak Teguh Ardi Srianto, Reporter Radio Suara Surabaya Tahun 1999-2014, tanggal 5 Februari 2020

<sup>32</sup>Tempo, edisi 1 Februari 1999, *Ngablak Info di Radio*, Jakarta : PT Tempo Inti Media TBK, hlm 38

<sup>33</sup>Downing, John D.H, Denis Mcquail, Philip Schlesinger, Ellen Wartella, 2004, *The SAGE Handbook Of Media Studies*. California : Sage Publications Inc, hlm 153



durasi per 10 menit. Visual radio adalah fasilitas untuk melihat siaran SS secara streaming. Selain menawarkan 3 program tersebut, situs web SS juga memiliki rubrik media online, antara lain Kelana Kota, Politik, Ekonomi Bisnis, Olahraga, Info Teknologi, Jazz Traffic, Senggang dan Lalu Lintas. Dalam situs web SS juga disertai dengan jadwal siaran selama per 3 hari (hari ini, besok, lusa) full 24 jam, informasi cuaca Kota Surabaya dan kurs mata uang asing.

Didalam situs web tersebut, SS menampilkan cuplikan foto yang dikirimkan oleh pengikut SS di akun twitter resmi milik SS lalu SS mendistribusikan postingan tersebut ke situs web dengan menyertakan nama pengguna si pengirim dan keterangan foto. Postingan dari twitter tersebut berada dalam rubrik Potret Netter. Konsep jurnalisme warga tetap dipegang oleh SS.

Kekurangan yang tampak pada situs web milik SS adalah adanya iklan yang turut menghiasi website tersebut. Beberapa iklan muncul pada kolom-kolom website, iklan-iklan yang termuat beragam seperti iklan peninggi badan, iklan pelangsing dan iklan obat-obatan herbal. Namun hal tersebut tidak perlu di risaukan karena kita bisa menekan simbol X untuk menghapus iklan-iklan tersebut.

Masih belum puas dengan radio online, SS melanjutkan eksistensinya dengan menciptakan sebuah majalah. Majalah ini bernama 'Surabaya City Guide' atau lebih akrab dengan singkatan SCG. Konsep yang ditawarkan pada majalah ini adalah *free magazine* alias majalah ini tidak berbayar. Namun, untuk mendapatkan SCG pelanggan cukup membayar ongkos kirim majalah. Layanan antar di SCG baru dimulai tahun 2011, karena pada tahun 2006-2010 majalah SCG hanya tersedia di pick up point.<sup>34</sup> SCG resmi dibentuk pada bulan Mei 2006, tepat saat HUT Kota Surabaya ke 713. Majalah SCG memuat banyak sekali informasi tentang Kota Surabaya, mulai dari potensi wisata, kuliner, *event* hingga *life style*. Semua informasi tersebut dikemas dalam satu buku setebal 60 halaman. Konten yang disajikan pun memang ringan, tetapi tetap informatif dan menarik.<sup>35</sup>

SS tahu betul cara untuk meningkatkan peluang baca pada masyarakat, yaitu dengan menciptakan majalah. Karena pasar majalah lebih spesifik, yaitu para pembaca serta

lingkupannya pun mencakup lingkup nasional.<sup>36</sup> Mengapa SS lebih memilih majalah daripada koran? Karena SS sudah memiliki portal berita dengan backgroundnya sebagai radio sehingga SCG didesain untuk memberikan informasi yang lainnya. Ada dua hal yang membedakan antara majalah dengan koran. Yang pertama adalah pendekatan materi subjek diambil dari sudut pandang yang menarik minat pembaca, kedua penulis seringkali berpandangan subjektif karena majalah memiliki *point of view*.<sup>37</sup>

Semakin maju peradaban manusia, semakin maju pula pola komunikasi pada masyarakat. Sosial media ikut berperan juga dalam memajukan peradaban manusia. Tahun 2011, SS muncul lagi dengan wadah baru yaitu dengan membuat akun *Facebook* Suara Surabaya, bernama E100. SS menggunakan situs *microblogging* ini tujuannya selain untuk mendistribusikan berita atau informasi juga untuk ajang promosi program-programnya.<sup>38</sup> Akun *facebook* milik SS ini berbentuk *fanpage* dengan total 1.176.810 orang menyukai halaman ini, dapat dilihat pada akun *Facebook* E100. Pengikut akun E100 dapat mengirimkan informasi dengan disertai foto dan atau video pada postingan dilaman facebook E100.

Selang 1 tahun, SS merambah dunia aplikasi modern untuk ponsel pintar. SS menciptakan sebuah aplikasi untuk radio yang bisa di unduh untuk Android dan iOS, aplikasi ini bernama Suara Surabaya Mobile. Developer resmi adalah Suara Surabaya yang di rilis pada tanggal 7 Juni 2012. Aplikasi ini masuk pada kategori Berita & Majalah pada Google Play Store dan sudah di unduh lebih dari 100.000+ pengguna.<sup>39</sup>

Aplikasi Suara Surabaya Mobile adalah bentuk sederhana dari website resmi suarasurabaya.net. dengan hanya mengunduh aplikasi ini kita dapat mengakses radio dengan satu kali klik. Siaran radio yang berlangsung dapat didengarkan tanpa menggunakan *headset*. Pada aplikasi tersebut tertera informasi Redaksi Suara Surabaya lengkap dengan susunan redaksinya, ada juga kontak telepon *gate*

<sup>36</sup>Friedlander, Edward Jay dan John Lee, 2004, *Feature Writing For Newspaper And Magazines : The Pursuit Of Excellence*, US Of America : Pearson Education Inc, hlm 65

<sup>37</sup>Ibid, hlm 66

<sup>38</sup>Febriani Elly, 2018, *Motif Followers Facebook E100 Suara Surabaya Dalam Mengomentari Postingan Berita Dan Informasi Pada Dinding Facebook E100 Suara Surabaya*. Skripsi. Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, hlm 5

<sup>39</sup>Laman Aplikasi Suara Surabaya Mobile <https://play.google.com/store/apps/details?id.com>, diakses tanggal 18 Juni 2020

<sup>34</sup>Margaretha Linda Samantha, 2016, Kepuasan Pelanggan Dalam Membaca Majalah Surabaya City Guide, *Jurnal E-Komunikasi, Volume 4 No 1 Tahun 2016*, hlm 3

<sup>35</sup><http://elyvianinayah.blogspot.com/dunia-baru-di-surabaya-city-guide>, diakses tanggal 17 juni 2020 pukul 22.06

keeper, panggilan darurat SS, kontak WhatsApp dan nomor pesan singkat (SMS). Hanya saja aplikasi ini tidak bisa *multi tasking*, artinya tidak bisa di jalankan bersamaan dengan aplikasi lainnya.

Jika tidak ingin melihat iklan, mengunduh aplikasi Suara Surabaya mobile adalah solusinya. Pada aplikasi ini tidak terdapat iklan seperti di website SS. Namun kita tidak dapat melihat perkiraan cuaca, kurs mata uang asing dan jadwal siaran SS pada aplikasi Suara Surabaya mobile. Tetapi keistimewaan lainnya ada pada rubik Potret Netter, dimana pada aplikasi ini terdapat fitur tambahan berupa kamera yang dapat digunakan untuk memotret kejadian yang ada disekitar dengan menyertakan nama dan email kita sebagai pengirim kemudian memberikan keterangan terhadap foto yang kita unggah selanjutnya kita sudah dapat mengirimkan foto yang dikehendaki.

Masih di tahun yang sama, SS membuat akun *Twitter* yang resmi dibuat pada September 2012 dengan *username* @e100ss. Hingga saat ini akun twitter SS masih aktif, SS memiliki 473.000 *tweets* dan 797.000 *followers*.<sup>40</sup> SS menggunakan *Twitter* sebagai media penyebaran informasi secara instan dan efektif, isi informasinya singkat dan jelas karena hanya tersedia 140 karakter. Biasanya berupa info lalu lintas di Surabaya dan sekitarnya, waktu adzan wilayah Surabaya dan sekitarnya, info cuaca, laporan kerusakan jalan dan laporan kehilangan, selain itu berita-berita dari web suarasurabaya.net juga hadir meramaikan *timeline* akun @e100ss. *Followers* @e100ss tidak jarang ikut nimbrung pada *tweet* yang dibuat oleh @e100ss, mereka biasanya ikut berpartisipasi pada kolom komentar dengan mengirim gambar dan video atau hanya sekedar *me-retweet* postingan @e100ss.

Berkaca pada kebiasaan di media konvensional yang identik dengan *citizen journalism* yang sudah menjadi budaya, SS kemudian berusaha memindahkan kebiasaan tersebut pada instrumen yang baru yaitu dijagat sosial media. Dengan harapan kualitas *citizen journalism* sama bagusnya di ranah *new media* dengan apa yang sudah tumbuh di media konvensional. Sebab masyarakat adalah sumber utama informasi yang bisa melihat langsung peristiwa di lapangan.

Beranjak menuju modernisasi dalam dunia komunikasi, podcast menjadi terkenal akhir-akhir ini. Kata podcast pertama kali digunakan oleh Ben Hammersley dalam sebuah

surat kabar Inggris 'The Guardian' pada bulan Februari 2004. Dia menciptakan istilah "Podcast" dengan menggabungkan dua kata, yaitu "iPod" dan "broadcast".<sup>41</sup>

Dalam Bahasa Indonesia, podcast diterjemahkan menjadi Siniar, artinya adalah serangkaian berkas media digital baik audio maupun video yang diterbitkan sewaktu-waktu dan dapat diunduh melalui sindikasi web.<sup>42</sup> Dalam satu tahun terakhir, podcast banyak diminati oleh masyarakat. Penyebabnya adalah adanya platform musik daring bernama Spotify. Spotify dapat di unduh secara gratis pada Google PlayStore dan tersedia untuk Android dan iOS. Dan aplikasi ini menyediakan fitur layanan podcast.

Radio SS tidak mau ketinggalan, Podcast SS hadir dalam aplikasi Spotify, yaitu sebuah aplikasi pemutar musik secara daring. Salah satu fitur yang dimiliki aplikasi tersebut adalah Podcast. Podcast SS episode pertama rilis pada 30 September 2019. Terdapat 2 segmen dalam Podcast SS, yaitu NGOBRAL (Ngobrol Bareng Ahli) dan GOOD PEOPLE<sup>43</sup>. Yang istimewa pada podcast SS adalah disetiap segmennya selalu mendatangkan tamu yang ahli di bidangnya untuk diajak berdiskusi dengan tema yang di bahas. Informasi atau topik yang di berikan menggunakan bahasa yang ringan, tidak kaku dan cenderung ke arah hiburan. Meskipun begitu, topik yang dibicarakan tetap mengandung unsur pengetahuan. Pertanggal 20 Juni 2020, podcast SS sudah berjumlah 17 episode.

Dengan banyaknya *platform* yang disediakan SS untuk masyarakat, merupakan bukti bahwa SS berupaya untuk memenuhi kebutuhan informasi untuk masyarakat. SS menciptakan wadah untuk menampung segala informasi dan aspirasi rakyat dan berusaha memberikan penyelesaian di setiap persoalan yang terjadi di masyarakat. Sikap SS yang mampu mengikuti arus perkembangan teknologi merupakan modal utama SS untuk terus hidup, tanpa itu keberlanjutan radio bisa berakhir karena minimnya produk kreatif yang diciptakan termasuk dalam upaya pemanfaatan teknologi. Faktor penting lainnya adalah tingkat sumber daya manusia yang mumpuni yang berfungsi sebagai penggerak utama arus

<sup>40</sup> Laman Akun Twitter Radio Suara Surabaya <https://twitter.com/e100ss?s=08>, diakses tanggal 20 Juni 2020 pukul 20.00

<sup>41</sup> Sarah Sawyer, 2008, *Career Building Through Podcasting*, New York: The Rosen Publishing Group, hlm 7

<sup>42</sup> Setia Gunawan Dan Bambang Dwi Atmoko, 2012, *Iphone : From A to Z*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, hlm 53

<sup>43</sup> Laman Aplikasi Spotify Podcast SS <https://open.spotify.com/show/>, diakses tanggal 2 Juli 2020 pukul 14.30

perkembangan teknologi sehingga dapat melahirkan produk-produk yang memiliki manfaat bagi orang banyak.

### 3. Akurasi Pada Jurnalisme Warga

Jika wadah sudah tersedia, maka isinya juga harus diperhatikan. Alur pemberitaan dalam manajemen redaksi terkait dengan keaktulan berita menjadi fokus perhatian. Pendengar adalah komoditi utama dalam memperoleh sumber berita, berita yang berasal dari pendengar menjadi perhatian tersendiri bagi Crew Redaksi Manajemen New Media SS. Berita dari para pendengar diolah menjadi berita yang akurat, cepat dan tepat serta memberikan solutif dan inspiratif. Konteks jurnalisme warga yang sesuai dengan kaidah penulisan jurnalistik secara akurat adalah kunci bertahan SS agar selalu menjadi media kepercayaan masyarakat hingga SS memiliki peran lainnya, yaitu menjadi lembaga validasi informasi-informasi yang tidak jelas asal usulnya.

Untuk mengantisipasi masalah akurasi ini, SS memiliki sebuah divisi penting yang dinamakan *gatekeeper*. *Gatekeeper* adalah orang atau pihak yang sangat berperan dalam penyebaran informasi melalui media massa. *Gatekeeper* yang dimaksud disini adalah pimpinan redaksi, wartawan dan editor. Tugas utama seorang *gatekeeper* adalah menyeleksi informasi-informasi yang masuk untuk kemudian ditinjau apakah layak atau tidak untuk disebarkan. Jika dalam media profesional yang semua jurnalisnya profesional saja diperlukan *gatekeeper* untuk menyunting informasi sebelum disampaikan ke khalayak, apalagi untuk sebuah media profesional yang menerima laporan informasi dari jurnalisme warga.

Di SS, mayoritas penyiar merangkap menjadi *gatekeeper*. Karena penyiar memiliki pengalaman sebagai *gatekeeper*, pada saat *on air* ia bisa memberikan tanggapan kepada pendengar seperti ketika ia menjadi *gatekeeper*. Sebaliknya, ketika seorang *gatekeeper* adalah penyiar, ia juga paham akan informasi seperti apa yang menarik untuk disiarkan. Karena sama-sama siaran dan menjadi *gatekeeper*, masing-masing individu bisa mengerti kebutuhan dan kesulitannya. *Gatekeeper* itu sendiri adalah penyaring dengan standart jurnalistik. Apabila informasi yang disampaikan oleh jurnalisme warga dianggap rawan, maka SS akan menurunkan reporternya sendiri.<sup>44</sup>

Beberapa cara dilakukan oleh SS untuk menjaga akurasi informasi yang dilakukan oleh

jurnalisme warga. Pertama, melakukan klarifikasi atas informasi yang disampaikan oleh jurnalisme warga pada sumber yang kompeten, seperti petugas lalu lintas, dinas perhubungan, PDAM, PLN dsb. Kedua, SS menyarankan reporternya sendiri untuk turun ke lapangan, khusus dalam hal informasi yang dianggap rawan atau membutuhkan pendalaman. Ketiga, SS membentuk bagian *gatekeeper* untuk memilah informasi mana yang bisa *on air* atau informasi mana yang harus dicek kebenarannya.<sup>45</sup> Melalui kesempatan yang dibuka SS untuk para jurnalisme warga, masyarakat yang berasal dari berbagai latar belakang belajar tentang pelaporan jurnalisme yang ideal.

## C. KONTRIBUSI RADIO SUARA SURABAYA TAHUN 1983-2019

### 1. Kontribusi Untuk Masyarakat

Sebagai sebuah radio, SS tentu saja banyak memberikan informasi mengenai kejadian-kejadian atau peristiwa penting yang terjadi di wilayah terutama Surabaya dan sekitarnya. Informasi yang paling identik dengan radio SS adalah informasi mengenai lalu lintas. SS selalu memberikan berita *ter-update* mengenai keadaan di jalan raya. Bahkan, masyarakat juga diberikan kesempatan untuk memberikan info aktual lalu lintas. Konsep jurnalisme warga yang diterapkan SS masih berkembang di beberapa *platform* milik SS hingga saat ini. SS menjadi sebuah media massa yang memiliki banyak *platform* guna mempermudah khalayak untuk mengakses berita dengan cepat. Adapun tujuan lain dari diciptakannya *platform-platform* tersebut adalah untuk memperoleh pendengar di era digital dengan instrumen yang baru dan sebagai bentuk pengabdian untuk masyarakat, SS mengambil peran lebih dengan meningkatkan kepercayaan publik terhadap SS sebagai sumber informasi yang terpercaya.

Hingga saat ini, SS masih dipercaya oleh publik sebagai tempat untuk melakukan validasi atau menjadi lembaga konfirmasi informasi terhadap informasi-informasi yang tidak jelas. Yang terpenting bagi SS adalah kredibilitasnya sebagai media massa yang mengikuti kaidah-kaidah jurnalistik secara tepat dan benar serta menghindari *hoax* adalah kunci bertahan SS ditengah teknologi yang berkembang secara luar biasa ini. Selain kontribusinya di bidang informasi, SS juga memberikan peluang kepada masyarakat untuk menyampaikan aspirasinya terhadap sesuatu hal.

<sup>44</sup>Wawancara dengan Bapak Teguh Ardi Srinto, Reporter Radio Suara Surabaya Tahun 1999-2014, tanggal 5 Februari 2020

<sup>45</sup>Desi Yoanita, Fany Lesmana, 2014, Akurasi Dalam Jurnalisme Warga Pada Radio Suara Surabaya, *Jurnal SCRIPTURA*, Vol. 4, No. 2, hlm 52

Masyarakat manapun dapat berbicara di SS, menuangkan ide dan gagasannya. Ada peran lain dari SS yang tak kalah penting, yaitu SS berusaha menjadi mediator di berbagai proses kegiatan masyarakat. Tidak hanya memberikan informasi dan aspirasi, tetapi SS juga memberikan solusi untuk setiap permasalahan yang terjadi. Dengan kata lain, SS menjadi *problem solver* bagi warga, baik secara pribadi maupun masyarakat. SS terbuka untuk siapa saja.

## 2. Kontribusi Untuk Pemerintah

Sebagai media massa, SS dan pemerintah memiliki hubungan yang erat. SS dan pemerintah saling mendukung dalam proses pengendalian sosial di masyarakat. Peran SS sebagai media penyiaran, SS berkesempatan untuk melaporkan peristiwa seputar kondisi pemerintahan mulai dari berita tentang kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah, berita-berita tentang pembangunan daerah, hingga momen-momen politik seperti Pilkada Serentak. Dalam momen Pilkada tersebut SS dapat menjadi jembatan untuk menyalurkan ide-ide politik dari para kandidat untuk disampaikan kepada masyarakat agar masyarakat lebih kenal dengan calon pemimpin daerahnya.

Dengan adanya penyiaran dari suatu lembaga penyiaran publik lokal dapat menciptakan peluang baru untuk meningkatkan kualitas pemerintahan. Penyiaran sebagai alat bantu dan pemanfaatannya menjadikan pelayanan pemerintahan berjalan lebih efisien, serta dapat terwujudnya peningkatan terhadap *global information infrastructure*.<sup>46</sup> Dengan demikian, radio menjadi salah satu pilar untuk meningkatkan kualitas pelayanan informasi publik sebagai jalan untuk mewujudkan *good governance*.

## PENUTUP

### A. Kesimpulan

*Citizen Journalism* adalah konsep yang dikembangkan SS yang dimulai sejak tahun 1994 ketika teknologi telepon seluler mulai *booming*. Konsep tersebut diterapkan pada siaran melalui telepon interaktif. Konteks jurnalisme warga ini merupakan perwujudan komunikasi dua arah antara penyiar dan pendengar. Masyarakat tidak lagi menjadi pendengar yang pasif, tetapi masyarakat sudah menjadi pelaku informasi.

Kemajuan teknologi banyak mendorong perubahan pada sistem komunikasi, sehingga terciptanya makna interaktivitas yaitu

sebuah usaha yang dilakukan untuk mengakses informasi. Artinya, didalam interaktivitas termuat unsur partisipasi, kontrol dan keaktifan.<sup>47</sup> Maka dapat dikatakan bahwa pada tahun 1994 merupakan awal terjadinya interaksi dua arah antara penyiar dan pendengar melalui siaran interaktif yang dibangun oleh SS.

Selanjutnya pada tahun 1999, SS melakukan konvergensi media dengan memanfaatkan jaringan internet untuk mendukung proses interaktivitas dengan pendengarnya. Mulai saat itu, SS beradaptasi dengan kemajuan teknologi yang diawali dengan membuat situs website resmi, sosial media hingga platform terbaru SS yaitu podcast yang dibuat tahun 2019. Dari tahun 1999 hingga tahun 2019, SS menjadi media multi platform karena sudah memiliki 6 (website, SCG, facebook, twitter, aplikasi SS mobile dan podcast) platform resmi yang digunakan untuk menyebarluaskan informasi dan mempermudah menjangkau khalayak di era digital.

Upaya yang dilakukan SS adalah memindahkan konsep *citizen journalism* yang sudah berkembang baik pada radio konvensional ke bentuk instrumen yang baru yaitu melalui internet dan sosial media, dengan harapan memperoleh kualitas yang sama baiknya dengan kualitas pada radio konvensional. Hal ini terbukti bahwa konsep *citizen journalism* sudah menjadi budaya dimasyarakat. Konten di radio tetap menjadi sumber utama konten di platform lainnya. Keuntungan dari adanya sosial media adalah sifatnya yang menggelombang, mampu memviralkan peristiwa atau kejadian yang sedang terjadi sehingga informasi tersebut lebih cepat naik dan dapat memberikan dampak pada rating perusahaan. SS semaksimal mungkin memanfaatkan kekuatan internet dan SS mengubah radio yang awalnya sebagai alat distribusi menjadi sistem komunikasi.

Salah satu faktor utama penunjang terjadinya proses interktivitas adalah adanya kebutuhan akan informasi. Selain itu, kebutuhan akan eksistensi dan aktualisasi diri berjalan dibelakangnya. Para pendengar SS berupaya untuk bermanfaat bagi pendengar lainnya melalui informasi yang diberikan oleh pendengar tersebut. Peran lebih yang diambil SS selain sebagai media massa adalah menjadi mediator bahkan inisiator dalam berbagai persoalan kehidupan di masyarakat.

<sup>46</sup>Yantos, 2015, Peranan Lembaga Penyiaran Publik Lokal Dalam Mendukung Pemerintah Daerah, *Jurnal RISALAH, Volume 26 No 2*, hlm 96

<sup>47</sup>Budhi Widi Astuti, Bonardo Marulituan Aritonang, 2019, Interaktivitas Radio Suara Surabaya: Penggunaan, Fungsi Dan Model Interaktivitas, *Jurnal Riset Komunikasi, Volume 2 No 1*, hlm 43

Disinilah letak keberhasilan SS dalam mewujudkan visi dan misinya, yaitu menjadi media pemberdayaan dan demokratisasi masyarakat serta sudah mampu berkembang dalam kemajuan teknologi dan telekomunikasi. SS terus berusaha untuk menapak lebih tinggi.

#### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti memberikan beberapa saran. Diantaranya sebagai berikut :

1. Tingkatkan kualitas interaktif penyiar atau narasumber dengan pendengar melalui upaya terus memperkaya pengetahuan dan kepekaan penyiar atau narasumber agar terciptanya rasa candu bagi pendengar untuk terus berpartisipasi dalam program siaran SS.
2. Sikap empati dari penyiar merupakan kekuatan utama agar radio terus di dengar, maka penyiar harus bisa menjaga komunikasi yang baik dengan pendengar selayaknya kawan dekat.
3. Selalulah memiliki keinginan untuk memperbaiki kualitas siaran dan terus berkomitmen untuk melayani serta mengedukasi masyarakat luas.
4. Tetaplah mempertahankan kredibilitas jurnalistik sebagai media massa agar terus di percayai masyarakat sebagai lembaga konfirmasi informasi.
5. Teruslah berusaha menyediakan konten yang sesuai dengan kebutuhan publik dengan informasi yang *real* dan *up to date*.

#### DAFTAR PUSTAKA

##### Arsip

- Arsip Nasional UU No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran
- Arsip Nasional UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 28 F Tentang Hak Asasi Manusia
- Arsip Oleh Badan Kearsipan Dan Perpustakaan Daerah Jawa Timur, Surat Keputusan Menteri perhubungan No 25 Tahun 1971 Tentang Radio Siaran Non Pemerintah

##### Buku

- Aminuddin Kasdi. 2005. *Memahami Sejarah*. Surabaya : Unesa University Press
- Arifin Anwar. 1984. *Strategi Komunikasi*. Bandung: AMIRCO. Hlm 81
- Arifin B. H. 2010. *Suara Surabaya : Bukan Radio*, Surabaya : Suara Surabaya
- Downing, John D.H, Denis Mcquail, Philip Schlesinger, Ellen Wartella. 2004. *The*

*SAGE Handbook Of Media Studies*. California : Sage Publications Inc

- Friedlander, Edward Jay dan John Lee. 2004. *Feature Writing For Newspaper And Magazines : The Pursuit Of Excellence*. US Of America : Pearson Education Inc
- Louis Gotschak. 1986. *Mengerti Sejarah*. Jakarta: UI Press
- Gunawan, Setia dan Bambang Dwi Atmoko. 2012. *Iphone : From A to Z*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Rosihan Anwar. 1979. *Bahasa Jurnalistik Indonesia Dan Komposisi*. Jakarta: Proyek Pembinaan Dan Pengembangan Pers Departemen Penerangan
- Sarah Sawyer. 2008. *Career Building Through Podcasting*. New York: The Rosen Publishing Group

##### Jurnal

- Asep Saefudin. 2008. Perkembangan Teknologi Informasi: Perspektif Komunikasi Peradaban. *Jurnal Mediator, Vol 9 No 2*
- Astuti, Budhi Widi, Bonardo Marulituan Aritonang. 2019. Interaktivitas Radio Suara Surabaya: Penggunaan, Fungsi Dan Model Interaktivitas. *Jurnal Riset Komunikasi. Volume 2 No 1*
- Desi Yoanita, Fany Lesmana. 2014. Akurasi Dalam Jurnalisme Warga Pada Radio Suara Surabaya. *Jurnal SCRIPTURA, Vol. 4, No. 2*
- Samantha, Margaretha Linda. 2016. Kepuasan Pelanggan Dalam Membaca Majalah Surabaya City Guide. *Jurnal E-Komunikasi. Volume 4 No 1 Tahun 2016*
- Sampoerno, Seto Herwandito, Dewi Kartika Sari, 2018. Pergeseran Peran Dan Fungsi Radio Suara Surabaya Dari Radio Informasi Menjadi Radio Pengaduan. *Jurnal Riset Komunikasi. Vol 1 No 1*
- Sigit Surahman, 2016, Determinisme Teknologi Komunikasi Dan Globalisasi Media Terhadap Seni Budaya Indonesia, *Jurnal Rekam, Vol 12 No 1*
- Yantos. 2015. Peranan Lembaga Penyiaran Publik Lokal Dalam Mendukung Pemerintah Daerah. *Jurnal RISALAH. Volume 26 No 2*

##### Skripsi

- Ardi, Bagas Syam. 2017. *Kepuasan Pendengar Terhadap Program Siaran Kelana Kota Radio Suara Surabaya*, Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya

Febriani Elly. 2018. *Motif Followers Facebook E100 Suara Surabaya Dalam Mengomentari Postingan Berita Dan Informasi Pada Dinding Facebook E100 Suara Surabaya*. Skripsi. Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Sudarma, Raditya. 2010. *Pengembangan Media Online Oleh Institusi Media (Studi Kasus Mengenai Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Suara Surabaya Dalam Mengembangkan Media Online)*, Skripsi. Universitas Airlangga

#### Surat kabar

Kompas. edisi 29 November 2010. *Dia Memilih Jalan Mendaki*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara

Tempo. edisi 1 Februari 1999. *Ngablak Info di Radio*. Jakarta : PT Tempo Inti Media TBK

#### Wawancara

Wawancara dengan Bapak Teguh Ardi Srianto, Reporter Radio Suara Surabaya Tahun 1999-2014, tanggal 5 Februari 2020

#### Website

<http://www.suarasurabaya.net/>, diakses tanggal 23 Maret 2020

<http://manageradio.com/struktur-organisasi/>, diakses tanggal 7 Juni 2020, pukul 23.14

<http://hefryodiansyah.blogspot.com/2010/12/>, diakses pada 7 Juni 2020, pukul 23.20

<http://communicate-withme.blogspot/2015/09/>, diakses tanggal 7 Juni 2020, pukul 23.30

<http://anwarherdi.blogspot.com/2016/01/>, diakses tanggal 7 Juni 2010, pukul 23.55

<https://rudiandrisaputra.wordpress.com/2015/02/15/> diakses pada 8 Juni 2020, pukul 00.09

<http://elyvianinayah.blogspot.com/dunia-baru-di-surabaya-city-guide>, diakses tanggal 17 juni 2020 pukul 22.06

Laman Aplikasi Suara Surabaya Mobile  
<https://play.google.com/store/apps/details?id=com>, diakses tanggal 18 Juni 2020

Laman Akun Twitter Radio Suara Surabaya  
<https://twitter.com/e100ss?s=08>, diakses tanggal 20 Juni 2020 pukul 20.00

Laman Aplikasi Spotify Podcast SS  
<https://open.spotify.com/show/>, diakses tanggal 2 Juli 2020 pukul 14.30