

DAMPAK *NEW MEDIA* PODCAST TERHADAP INDUSTRI RADIO LOKAL DI KOTA SEMARANG

THE IMPACT OF NEW MEDIA PODCAST ON LOCAL RADIO IN SEMARANG CITY

Nita Sheila Santoso

Universitas Katolik Soegijapranata
Jl. Pawiyatan Luhur IV/1, Semarang 50234
email: nitasheila@gmail.com

Abstract

This study discusses the impact of the new media podcast on the local radio industry in Semarang. The presence of podcasts makes this oldest mass media increasingly threatened. Podcasts are packaged increasingly following the needs of the community. The public is free to listen to the broadcast anywhere and anytime and the public is free of the topics they want to listen to. Therefore, Podcasts have the potential to replace this oldest mass media. This research used qualitative descriptive method. Data collection techniques in this research were observation, documentation, and interviews. Interviews conducted with the program director of radio who have podcasts namely Radio Ichthus, Radio Rhema, Radio Imelda, Radio Idola. The results of this study are the average segmentation of the four local radios that are the object of this research are young people. Most young people are starting to shift to listening to podcasts, so the strategy used is to create Radio Podcasts to lure young listeners. Radio podcasts are made without losing the characteristics of radio, but still packed with new media characteristics. In conclusion, the presence of podcasts has an impact on local radio in Semarang. The impact felt by local radio in Semarang covers various aspects. So that the development of technology makes local radio obliged to play a strategy to keep up with changes and technological developments so as not to be abandoned by the community. Using Podcasts as a strategy yields maximum results. Podcast has succeeded in expanding Semarang's local radio listeners.

Keywords: local radio, new media, podcast

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang dampak media baru podcast terhadap industri radio lokal di Kota Semarang. Hadirnya podcast menjadikan radio sebagai media massa tertua ini semakin terancam. Podcast dikemas semakin mengikuti kebutuhan masyarakat. Masyarakat bebas mendengarkan podcast di mana saja, kapan saja, dan masyarakat bebas memilih topik yang sedang ingin mereka dengarkan. Oleh karena itu, podcast memiliki potensi untuk menggantikan media massa tertua ini. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, dokumentasi, dan wawancara. Wawancara dilakukan dengan *program* director radio di Semarang yang memiliki podcast, yaitu Radio Ichthus, Radio Rhema, Radio Imelda dan Radio Idola. Hasil penelitian ini adalah rata-rata keempat radio lokal yang menjadi objek penelitian ini memiliki segmentasi pendengar masyarakat kaum muda. Mereka cenderung memilih untuk beralih dan mendengarkan podcast, maka strategi yang dilakukan oleh industri radio lokal di Kota Semarang adalah dengan membuat Radio Podcast untuk memikat pendengar muda. Podcast radio dibuat tanpa menghilangkan karakteristik radio, namun tetap dikemas dengan karakteristik media baru. Kesimpulannya, kehadiran podcast berdampak pada radio lokal di Kota Semarang. Dampak yang dirasakan radio lokal di Kota Semarang meliputi berbagai aspek sehingga perkembangan teknologi membuat radio lokal wajib memutar strategi untuk mengikutinya agar tidak

ditinggalkan oleh masyarakat. Menggunakan podcast sebagai strategi membuah hasil yang maksimal. Podcast berhasil memperluas pendengar radio lokal di Kota Semarang.

Kata Kunci: radio lokal, media baru, podcast

PENDAHULUAN

Radio merupakan salah satu jenis media massa massa elektronik atau noncetak yang masih bertahan sampai saat ini. Sebagai salah satu jenis media massa, radio telah lebih dahulu ada jauh sebelum televisi. Untuk bertahan sejauh ini, radio telah menjalani proses yang cukup lama pada pembuatannya. Proses perkembangan radio tersebut sudah berjalan relatif lama semenjak 1865 dan berkat seorang ilmuwan bernama James Maxwell, beliau dapat menemukan gelombang elektromagnetis yang dapat digunakan untuk gelombang radio dan televisi. Kemudian penemuan tersebut digunakan oleh Guglielmo Marconi yang menemukan gelombang tanpa kawat melintasi Samudra Atlantic. Setelah itu perkembangan radio diawali pada negara Amerika Serikat (AS) oleh Dr. Lee De Forest pada tahun 1906 yang melakukan pengembangan penemuan Marconi. Oleh sebab itu beliau disebut dengan "Father of Radio" (KPI, 2018).

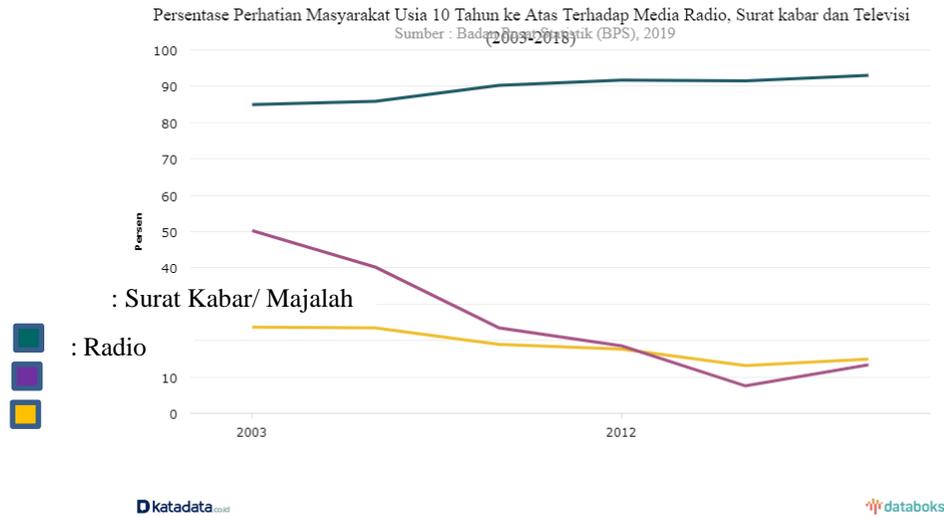
Media massa radio awalnya digemari dan diminati karena memiliki sifat yang unik yaitu hanya dapat dinikmati dengan indra pendengaran karena bersifat auditif dan satu arah. Seperti yang dikatakan oleh Ardianto (2017) "sebagai unsur dari proses komunikasi massa, radio siaran mempunyai ciri dan sifat yang berbeda dengan jenis media massa yang lainnya, yaitu bersifat audial". Sifat unik radio yang hanya bisa dinikmati oleh indra pendengaran tersebut membuat masyarakat dapat mendapatkan hiburan dan informasi tanpa harus meninggalkan aktivitasnya. Seperti contohnya masyarakat dapat mendengarkan radio sambil memasak, menyetir, bahkan untuk menemani bekerja tanpa membuat aktivitas tersebut terganggu.

Selain ciri dan sifat yang unik, radio juga menjadi salah satu media hiburan untuk masyarakat untuk hiburan, dan sebagai sarana untuk menyampaikan informasi, baik informasi dalam bentuk berita maupun informasi terkait dengan produk yang dipromosikan oleh penyiar radio. Dalam penyampaian informasi maupun hiburan tersebut, industri radio juga didukung oleh suara penyiar yang unik dan khas. Hal tersebut dapat menarik perhatian dari pendengar agar pendengar nyaman dan tidak merasa jenuh dalam mendengarkan radio. Maka dari itu, masyarakat di Indonesia menyukai salah satu media massa ini dan mulai berkembang.

Salah satu kota di Indonesia yang memiliki stasiun radio yang cukup banyak ialah Semarang. Menurut artikel yang diambil di tribunjateng.com yang mewawancarai Gubernur Jawa Tengah yakni Ganjar Pranowo pada Jumat, 27 Mei 2016, mengungkapkan bahwa Jawa Tengah tercatat memiliki 279 radio yang masih mengudara. Di Kota Semarang memiliki stasiun radio mencapai angka 59. Angka tersebut terbilang cukup besar dibandingkan dengan jumlah stasiun radio yang ada di kota lain seperti di Kota Bandung tercatat sebanyak 42 stasiun radio dan di Kota Surabaya terdapat 47 stasiun radio.

Di sisi lain, banyaknya industri radio di Kota Semarang tersebut membuat persaingan dalam mempertahankan pendengar menjadi semakin lebih ketat. Hal tersebut membuat industri radio harus memutar strategi menjadi semakin kreatif dan inovatif. Dibuktikan dengan beberapa industri radio yang mulai bergabung dengan media atau platform streaming baru yang muncul dan mulai digemari oleh masyarakat. Jika industri radio tidak memutar strategi menjadi kreatif dan inovatif, maka dapat memungkinkan jika pendengar radio akan terus menurun. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil survey yang telah dilakukan oleh Badan Pusat

Statistik (BPS) tentang masyarakat yang masih mendengarkan radio. Menurut hasil survey yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) tersebut pada tahun 2018 yang mengambil responden yang berusia 10 tahun keatas, menghasilkan masyarakat yang mendengarkan radio dalam seminggu terakhir sebelum wawancara dilakukan hanya mencapai 13.31%. Menurut data tersebut, jumlah pendengar radio di Indonesia menurun drastis sebanyak 50.29%.



Gambar 1 Persentase Perhatian Masyarakat Usia 10 Tahun ke Atas terhadap Media Radio, Surat Kabar, dan Televisi
 (Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish//2019/10/23/hanya-13-persenmasyarakat-yang-masih-mendengarkan-radio>)

Seiring berjalannya waktu, media massa melahirkan media baru atau new media yang serupa dengan radio. Salah satu new media tersebut sering disebut dengan podcast. Podcast merupakan singkatan dari *play on demand and broadcasting* yang menyajikan informasi yang bersifat audio maupun video. Platform streaming yang berbasis audio tersebut lahir pada tahun 2004 bersamaan dengan ipod. Berbeda dengan radio, podcast menyajikan layanan atau platform streaming on demand. Podcast mulai eksis dan mulai digunakan oleh para influencer di Indonesia pada tahun 2019. Hal tersebut dibuktikan oleh Spotify yang meminta perusahaan Kantar TNS untuk melakukan survey pada pendengar radio dan podcast di Indonesia.



Gambar 2 Tren pencarian 'podcast' di Google Indonesia

Sumber: Podcast Kian Populer di Kalangan Anak Muda - Infografik Katadata.co.id

Informasi dan konten yang diangkat di dalam podcast cukup bervariasi sehingga terdapat beberapa macam konten yang dapat dinikmati sesuai dengan keinginan pendengar. Seperti contohnya informasi yang berisi informasi politik, informasi selebriti, informasi tentang bisnis, bahkan terdapat informasi yang mengedukasi sehingga podcast dapat dimanfaatkan sebagai media untuk 6 pembelajaran online. Sebagian masyarakat memiliki persepsi atau berpendapat bahwa podcast merupakan media yang hampir serupa dengan radio.

Hingga saat ini tren media baru yang serupa dengan radio tersebut telah diminati dan menjadi bagian dari aktivitas masyarakat. Sejumlah data menunjukkan bahwa saat ini podcast semakin akrab di telinga masyarakat Indonesia (Daily Social dan JakPat Mobile, 2018). Hal tersebut dibuktikan dengan survey yang dilakukan oleh Daily Social bersama dengan JakPat Mobile Survey pada Desember 2018 yang mengambil 2023 pengguna smartphone sebagai responden di Indonesia. Hasilnya menunjukkan bahwa 67,97% masyarakat familiar dengan podcast dan 80,82% masyarakat Indonesia mendengarkan podcast.

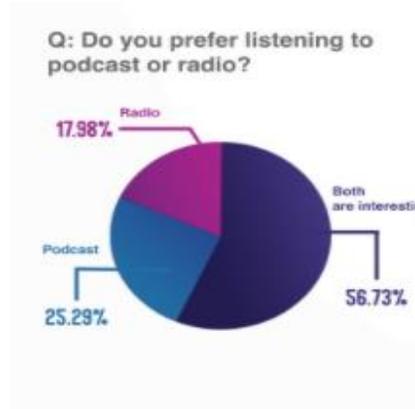




Gambar 3 Podcast User Research

Sumber: <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-penggunaan-layanan-podcast2018>

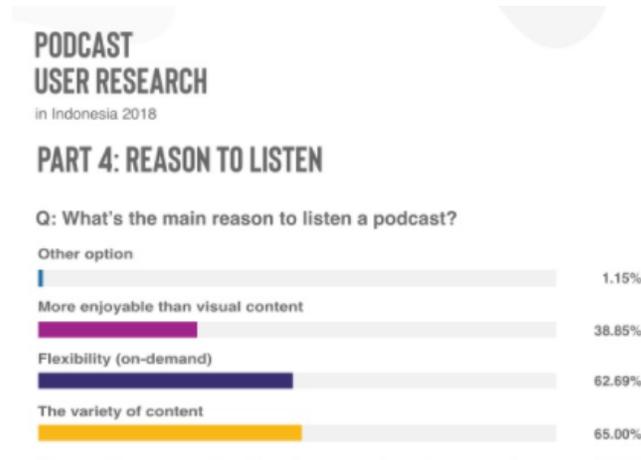
New media podcast juga memiliki potensi untuk menggantikan media massa berbasis audio yang serupa yaitu radio. Hal tersebut dibuktikan dengan data yang diambil melalui survey oleh Daily Social pada tahun 2018 mengenai media massa antara radio dan podcast yang menjadi pilihan masyarakat untuk didengarkan. Hasilnya 17.98% masyarakat Indonesia memilih untuk mendengarkan radio, 25.29% masyarakat memilih untuk mendengarkan podcast dan 56.73% masyarakat memilih untuk mendengarkan keduanya. Data tersebut menunjukkan bahwa terjadi pergeseran tren di era digital khususnya media yang berbasis audio digital (Daily Social, 2018).



Gambar 4 Podcast User Research

Sumber: <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-penggunaan-layananpodcast-2018>

Terdapat beberapa hal yang menjadi alasan bagi masyarakat di Indonesia yang lebih memilih untuk mendengarkan podcast. Fleksibel dan memiliki konten yang variatif yang dapat menjadi alasan bagi masyarakat di Indonesia lebih memilih podcast. Bahkan pada saat ini, telah terjadi perubahan daya konsumsi masyarakat yang lebih nyaman menggunakan media dengan akses internet. Hal tersebut didukung dengan data yang juga diambil dari survey yang dilakukan Daily Social 2018 yang menghasilkan bahwa sebanyak 65% masyarakat memilih podcast karena konten dari podcast tersebut dan sebanyak 62% memilih podcast dengan alasan podcast lebih fleksibel sehingga pendengar bisa memilih waktu dan konten yang ingin didengar.



Gambar 5 Podcast User Research

Sumber: <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-penggunaan-layananpodcast-2018>

Maka dari itu, mengikuti perkembangan teknologi sangat penting terutama bagi industri radio untuk bertahan di jaman modern yang menghasilkan new media ini. Jika industri radio tidak dapat mengikuti perkembangan teknologi dan tidak dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, maka industri radio akan terkena dampak 9 dari perkembangan teknologi tersebut sehingga lambat laun industri radio akan kurang diminati oleh masyarakat. Terlebih bagi industri radio di Kota Semarang yang memiliki jumlah stasiun radio yang terbilang cukup banyak di Indonesia membuat persaingan antara industri radio menjadi lebih ketat. Hal tersebut menjadi salah satu faktor bagi beberapa stasiun radio lokal di Kota Semarang untuk mengikuti perkembangan teknologi dengan memiliki siaran di podcast. Oleh karena perubahan yang dialami media massa audio dan daya konsumsi masyarakat tersebut, terdapat rumusan masalah pada penelitian ini yaitu “Bagaimana dampak *new media* podcast bagi industri radio lokal di Kota Semarang?”

Penelitian ini juga memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui dampak *new media* podcast bagi industri radio lokal di Kota Semarang. Selain itu, manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu secara teoritis dan praktis. Secara teoritis, penelitian ini memiliki manfaat sebagai referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan hadirnya *new media* yang serupa dengan radio dan hampir menggeser industri radio, memberikan sumbangan ilmiah khususnya untuk Jurusan Ilmu Komunikasi. Kemudian untuk manfaat praktis, penelitian ini memiliki manfaat untuk penulis untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis mengenai media massa khususnya radio dan *new media* podcast, bagi industri radio lokal di Kota Semarang, penelitian ini dapat bermanfaat untuk kemajuan radio di Kota Semarang dan menjadi masukan yang positif untuk dapat meningkatkan strategi program yang lebih baik.

Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan pengetahuan baru bagi stasiun radio di Kota Semarang, dan bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pembaca agar dapat memperluas wawasan dan menambah ilmu dalam bidang media massa khususnya yang bersifat auditif yaitu podcast dan radio. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran untuk pembaca mengenai dampak dari adanya *new media*.

METODOLOGI PENELITIAN

Pengumpulan data merupakan tahapan yang penting karena dalam metode penelitian ini dapat membantu penulis dalam mencari sebuah keluaran, dan jawaban dari suatu masalah yang dihadapi dari sebuah penelitian. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif lebih merujuk pada penelitian yang meneliti masalah yang berasal dari sosial. Seperti yang diungkapkan oleh Creswell (2016 dalam Sugiyono, 2015), "Penelitian kualitatif adalah metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan". Maka dari itu, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Kemudian menurut Sugiyono (2005), metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdapat dua jenis. Menurut Burhan Bungin (2006), sumber data terdapat 2 (dua) jenis yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah industri radio lokal di Kota Semarang yang memiliki podcast yaitu Radio Rhema, Radio Idola, Radio Agape, Radio Ichthus, dan Radio Imelda. Data sekunder yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data yang berupa profil radio lokal di Kota Semarang yang telah tercantum di website, jurnal, artikel yang berkaitan dengan penelitian ini.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam observasi, penulis melakukan pengamatan langsung dengan cara mengunjungi Stasiun Radio Idola. Kemudian penulis melakukan observasi melalui aplikasi dan website masing-masing radio yang menjadi subjek penelitian penulis.

Penulis melakukan wawancara dengan pihak program director yang ada di stasiun radio lokal Semarang yakni Ibu Eri selaku program director Radio Ichthus, Ibu Kristin selaku program director Radio Imelda, Bapak Yudi selaku program director Radio Rhema, dan Bapak Timotius selaku program director Radio Idola. Wawancara ini akan dilakukan pada tanggal 24-27 Agustus 2021. Penulis melakukan wawancara dengan program director Radio Ichthus, Radio Rhema, dan Radio Imelda secara online melalui aplikasi zoom meeting. Kemudian penulis melakukan wawancara dengan program director Radio Idola secara offline di studio Radio Idola yang beralamat di Grha Spirit, Jalan Soekarno Hatta, Kelurahan Tlogosari Kulon, Kecamatan Pedurungan, Kota Semarang, Jawa Tengah, 50195.

Penulis melakukan dokumentasi dengan mencari dokumen pada stasiun radio lokal di Semarang berupa profil lengkap, sejarah berdirinya stasiun radio tersebut, serta dokumen lain yang diperlukan. Selain itu, penulis juga akan mengambil gambar atau foto studio radio masing-masing yang akan penulis cantumkan pada lampiran.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data di lapangan dengan model Miles and Huberman dengan menggunakan tiga langkah yaitu yang pertama melakukan reduksi data (data reduction), kemudian penyajian data (data display), dan yang terakhir adalah membuat kesimpulan (conclusion drawing/verification) (dalam Sugiyono,2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan observasi dan wawancara dengan keempat radio lokal di Semarang, penulis mendapatkan beberapa hasil. Hasil penelitian tersebut dibagi menjadi 3 (tiga) yaitu:

1. Profil

a. Radio Idola

Radio Idola adalah sebuah radio lokal yang ada di Kota Semarang yang didirikan oleh Ir. Handoyo pada tanggal 10 Juni 2002. Pada tahun 2001, awalnya Radio Idola bernama Radio Joss yang berfokus untuk menyajikan hiburan bagi pendengar Kota Semarang. Seiring berjalannya waktu, persaingan di dunia media radio menjadi lebih ketat sehingga Radio Idola berputar strategi dan mengubah konsep radio yang berbeda dari radio yang lainnya. Dari semula bernama Radio Joss dan memiliki konsep hiburan, kemudian berubah menjadi Radio Idola pada 10 Juni 2002 dengan jalur frekuensi nya 92,6 FM. Konsep pertama yang dibawanya yaitu sebagai “Jendela Informasi Orang Semarang”. Radio Idola juga menyediakan informasi seputar hukum dan kriminal agar berbeda dari radio yang lainnya. Kemudian pada tahun 2005, Radio Idola mengubah kembali konsep nya dengan format “News ‘n Talk” dan membawa semboyan “Memandu dan Membantu”. Radio ini juga memiliki target pendengar dari usia 20 tahun hingga 45 tahun atau dewasa muda. Radio Idola berusaha menjadi preferensi masyarakat di Kota Semarang, Jawa Tengah sebagai tempat mengadu bagi segala persoalan yang mereka hadapi. Dimulai dari masalah PDAM, listrik, BPJS, Pelayanan SIM, STNK, Akte Kelahiran, lalu lintas, hukum, dan masalah-masalah publik yang lainnya. Saat ini, sejalan dengan perubahan zaman Radio Idola mulai menciptakan model bisnis yang kreatif dengan berkolaborasi dengan pihak-pihak seperti Hotel, Universitas, Pemerintah dan lain-lain secara *off-air*. Singkatnya, Radio Idola memiliki pilihan yaitu “Berubah atau Punah” sehingga dengan mengikuti perkembangan teknologi dan zaman, Radio Idola tetap eksis, dan bisa bersaing dengan media radio yang lainnya. Setiap hari selama 19 jam, Radio Idola setia menemani pendengarnya, mulai dari jam 5 (lima) pagi hingga jam 12 (dua belas) malam. Setiap hari Senin hingga Jumat, Radio Idola menyiarkan “Kopi Pagi Spirit Sukses”, “Good to Great”, “Spirit Idola Pagi”, “Business Review”, “Spirit Idola Siang”, “Peer to peer”, “Sarasehan”, dan “Idola Night Music”. Kemudian untuk hari Sabtu dan Minggu, Radio Idola menyiarkan “Weekend Underline”, “Warung Gaul”, dan “Idola Night Music”.

b. Radio Ichthus

Sejarah Radio Ichthus berkaitan dengan masa kebangunan rohani yang terjadi pada jemaat GKMI Bangsri sejak tahun 1964-1967. Setelah peristiwa G30S PKI pada tahun 1965, cukup banyak orang yang mencari keselamatan di gereja. Terdapat sejumlah aktifis GKMI, terutama kaum muda “Sangkakala” Bangsri yang bergerak menyebarkan Injil Yohanes. Namun, pergerakan tersebut justru menimbulkan larangan dari pihak pemerintah karena dikuatirkan dapat menimbulkan hal yang tidak diinginkan. Sementara itu, di Semarang telah muncul radio siaran swasta yang cukup banyak.

Pada saat itu kegiatan dari pemuda Sangkakala yang berpusat di Jalan DR. Cipto 44 pav, Semarang tidak berjalan dengan lancar karena kepala dari pemuda Sangkakala pindah ke Bandung untuk melanjutkan kuliah. Kemudian mereka mencari ide lain denganewartakan Injil melalui radio. Setelah ide mendirikan Radio Siaran Kristen di Semarang diterima, bahkan didukung penuh oleh Gembala Jemaat dan Majelis Jemaat GKMI Semarang dan kaum muda

GKMI Semarang, maka pada tahap awal radio siaran tersebut akan menempati “Paveliun” GKMI Semarang (yang waktu itu masih sebagai garasi). Kemudian mereka mulai mengadakan gerakan pengumpulan dana untuk membeli pemancar, material untuk membangun ruang studio sederhana, antena, alat-alat *sound system* (tape recorder, pick up), kaset-kaset lagu rohani, piringan hitam dan lain-lain). Pengumpulan dana ditujukan secara pribadi di GKMI Kudus maupun Semarang yang mendapatkan respon positif.

Pada tanggal 28 September 1968, Radio Siaran Kristen di Kota Semarang dengan nama Alpha Omega telah mengudara untuk pertama kali dengan menggunakan gelombang 100m. Saat itu, Radio Siaran Alpha Omega belum memenuhi syarat sebagai Radio Siaran Swasta yang diizinkan oleh pemerintah. Maka dari itu, mulailah Radio Siaran Alpha Omega mengudarakan Injil di kota Semarang dan sekitarnya dari studio garasi GKMI Semarang melalui gelombang 100m.

Setelah itu, Charles Christianto dan Teopilus MH berusaha agar Radio Siaran Alpha Omega mendapatkan izin siaran secara resmi. Namun, dalam pengajuannya tidak menggunakan nama Radio Alpha Omega melainkan “Ichthus” karena menurut Charles nama “Ichthus” lebih sesuai dengan simbol *Menonit* yang menggunakan lambang ikan. Dalam bahasa Yunani Ichthus memiliki arti “Yesus Kristus Putra Tunggal Allah Juruselamat”.

Kemudian surat izin Pemancar Radio dengan nomor izin: PPD/00872/7/1969 resmi keluar pada tanggal 16 Juli 1965. Izin tersebut diberikan kepada Yayasan PIPKA Semarang dengan nama Stasiun Radio Ichthus, Jl. Pemuda 75 Semarang. Nama panggilan untuk Radio Ichthus yaitu YDA 7 N 20, Frekuensi 3276 Kc/det, (gelombang 91,57m) dengan ketentuan *power* antena sebesar 40watt. Ijin tersebut berlaku mulai 1 Juli 1969-31 Desember 1969. Maka dari itu, Radio Siaran Ichthus dinyatakan siaran secara resmi tanggal 1 September 1969. Namun belum ada 1 tahun mengudara, keluar aturan pemerintah baru dikenal dengan PP 55 Th 1970, yang mengharuskan semua radio radio Non RRI memiliki Badan Hukum sendiri (PT/Perkumpulan yang juga harus mendapatkan pengesahan Menteri Kehakiman RT di Jakarta dan ijin mendirikan Radio Siaran dari Departemen Perhubungan RI serta ijin siaran dari Direktorat Jenderal Pos dan Telekomunikasi. Untuk mematuhi peraturan pemerintah tersebut, dengan terpaksa Radio Siaran Ichthus harus berhenti siaran.

Sementara itu, Chrismanto Jonthana mulai aktif memikirkan keadaan Radio Siaran Ichthus. Pertama yang dilakukan Chrismanto yaitu mengganti antena bambu dengan besi yang dibantu oleh Radius Dharsono. Setelah diadakan pendekatan dengan pengurus lama, maka dibentuklah pengurus baru dengan Chrismanto sebagai Sekretaris dan anggota. Berkat kegigihan pengurus baru dalam mengurus ijin, pada tanggal 3 Januari 1971, Radio Siaran Ichthus diperkenankan mengudara lagi hingga saat ini. Saat ini tidak semua yang disajikan oleh radio Ichthus berupa rohani. Radio Ichthus mulai menyiarkan lagu-lagu barat hingga campursari agar radio ini dapat didengarkan oleh semua kalangan, tidak hanya kaum nasrani saja. Radio Ichthus memiliki segmentasi pendengar dimulai dari anak-anak hingga lansia.

(Sumber: Data dari dokumentasi Radio Ichthus)

c. Radio Imelda

Radio Imelda merupakan salah satu radio lokal pertama yang ada di Kota Semarang dengan segmentasi pendengarnya wanita. Sesuai dengan segmentasi pendengarnya, Imelda FM memiliki semboyan yaitu “The First Semarang Female Station”. Radio wanita ini memiliki target

usia pendengarnya dewasa muda sekitar usia 20 (dua puluh) hingga 40 (empat puluh) tahun. Selain itu, Imelda FM memiliki visi yaitu “Menjadi Lembaga Penyiaran Swasta yang independen, netral dan profesional yang mengedepankan penyatuan komunikasi yang bersahabat dan idealisme bisnis bagi wanita Semarang pada khususnya” dan memiliki misi yaitu “Menjadi ‘sahabat’ wanita Semarang, tidak hanya dengan menyediakan kebutuhan mereka akan hiburan, informasi, dan edukasi, tetapi juga memberikan kesempatan dan kemudahan bagi proses women’s empowerment atau pemberdayaan perempuan”.

Imelda FM memiliki sejarah yang cukup panjang dan mengesankan. Berawal dari era anak muda Kota Semarang tahun 70-an, Imelda FM lahir dari ide kreatif sejumlah anak muda sebagai radio amatir. Nama Imelda bukan diambil dari sosok wanita namun, nama Imelda diambil dari domisili anak-anak muda yang ikut ambil bagian dari proses pendirian radio amatir tersebut. Imelda memiliki singkatan tersendiri yaitu Ikatan Mudamudi Erlangga Pandanaran. Kemudian pada tanggal 16 Oktober 1980, dimana tanggal tersebut menjadi tanggal bersejarah bagi Imelda FM karena Imelda FM secara resmi bergabung dengan Gajahmada Group. Perubahan pun terjadi pada saat itu, mulai dari gelombang frekuensi yang pada awalnya AM menjadi FM dan dari frekuensi 1242 KHz dengan semboyan “Feminin dalam Gaya” menjadi 104.4 FM dengan semboyan “New Spirit and Power”. Setelah itu, Radio Imelda menjadi lebih berkembang dan maju di bawah pimpinan Bapak Harja Muda Pangarsa sebagai Penanggung Jawab Siaran pada masa itu. Awalnya Imelda FM memiliki segmentasi pendengarnya keluarga, kemudian Imelda FM merubah fokus segmentasi pendengarnya menjadi wanita sebagai target utama pendengarnya. Hal tersebut membuat konsep dan format siaran Imelda FM menjadi berubah dan menjadikan Imelda FM sebagai stasiun radio pertama di Semarang yang memiliki segmentasi pendengarnya wanita. Slogan Imelda FM pun ikut berubah menjadi “The First Semarang Female Station”. Studio pertama Imelda FM pun dibangun di Jalan Pandanaran.

Kemudian sempat berpindah ke Jalan Hawa No.7 dan Jalan Labuhan. Setelah itu, studio Imelda FM berpindah ke Jalan Dokter Cipto No.88, kemudian ke Jalan Indragiri No.1 dan Jalan Bukit Putri No.3. Terakhir, pada tahun 2003 Imelda FM berpindah ke Jalan Bukit Puncak II No.7 Bukit Sari Semarang hingga saat ini. Setiap hari pukul 05.00 hingga 02.00 WIB selama 22 jam, Imelda FM menyuguhkan program dan lagu-lagu yang melekat di hati pendengarnya. Sweet Memories dan Nightmare on The Air yang menjadi program andalan Imelda FM. Kemudian masih banyak program-program lainnya yang tidak kalah menarik yaitu “Morning Action” setiap hari Senin hingga Sabtu pagi pukul 5 (lima) sampai pukul 9 (sembilan), “Happy On Sunday” setiap minggu pagi pukul 5 (lima) sampai pukul 9 (sembilan). Kemudian setiap hari Senin hingga Sabtu pukul 9 (sembilan) terdapat siaran “Woman Profil”, dan setiap minggu pagi pukul 9 (sembilan) hingga 12 (dua belas) siang terdapat siaran “Sunday Request”. Selain itu, terdapat acara “Dong Fang Ge Yun”, “Female Lunch”, “Jawara Indonesia 20”, “Sweet Memories, Imelda TOP 20”, dan masih ada banyak acara siaran Radio Imelda yang diminati oleh masyarakat dan kaum muda.

d. Radio Rhema

Radio Rhema yaitu radio yang menyajikan informasi dan lagu-lagu rohani Kristen. Radio Rhema telah mengudara sejak April 2001 dengan siaran percobaan dan diresmikan oleh Pdt Petrus Agung Purnomo pada 24 November 2001. Pada awalnya, Radio Rhema melakukan siaran selama 19 jam sehari dimulai pada pukul 05.00 WIB hingga jam 24.00 WIB. Seiring berjalannya

waktu, Radio Rhema menambah jam siarannya menjadi 24 jam sehari dengan memberitakan Injil di Kota Semarang. Kemudian pada tahun 2005, Radio Rhema dapat diakses *streaming* melalui www.rhemaradio.com sehingga pendengar Radio Rhema menjadi lebih luas. Masyarakat dari luar kota, luar pulau bahkan negara lain juga dapat mendengarkan Radio Rhema. Pada Agustus 2007, Radio Rhema mulai menjangkau rakyat sekitar dengan mengadakan kegiatan *off-air*. Kegiatan tersebut dilakukan di Pasar Rakyat Kuningan yang terus berlanjut dengan pasar rakyat yang lainnya, ngabuburit, dan acara-acara lainnya sampai saat ini. Setelah itu, mulai akhir tahun 2009 masyarakat yang beragama Kristen dapat mendengarkan Kebaktian Umum JKI Injil Kerajaan setiap hari Minggu pagi pukul 07.00 WIB dan sore pukul 17.00 WIB secara LIVE melalui Radio Rhema. Radio Rhema memiliki program siaran dimulai dari pukul 05.00 hingga pukul 12.00 malam. Dimulai dari program acara “Mutiara Pagi” pada pukul 05.00 hingga 06.00 pagi, dilanjutkan dengan “Rhema Hari Ini”, “Derap Langkah Kaki”, “Air Kehidupan”, “Keluarga Bahagia”, “Rhema Hari ini 2”, “Doa Bagi Bangsa”, “Happy Hours”, “Aku Anak Raja”, “Sore-Sore Santai”, “Solusi Sosial”, “Rhema Hari Ini 3”, dan terakhir “Soto dan Panglipuran” pada pukul 21.00 hingga 24.00 malam.

2. Penerapan New Media pada Podcast Radio

Untuk membedakan antara podcast sebagai *new media* dan radio sebagai *old media*, terdapat karakteristik umum dari *new media*. Sesuai dengan hasil observasi penulis, dari 7 (tujuh) karakteristik media baru, podcast di Radio Ichthus, Radio Rhema, Radio Imelda, dan Radio Idola termasuk dalam 5 (lima) karakteristik media baru. Sedangkan 2 (dua) karakteristik media baru yang lainnya belum ditunjukkan. Karakteristik media baru yang telah ditunjukkan oleh Radio Ichthus, Radio Rhema, Radio Imelda, dan Radio Idola adalah:

a. Kekayaan media (*media richness*)

Pada penggunaan radio, pendengar hanya dapat menggunakan indra pendengaran untuk menikmati siaran dari radio. Namun, podcast pada keempat narasumber penulis tidak hanya melibatkan indra pendengaran namun, melibatkan lebih banyak indra. Seperti saat ingin mendengarkan podcast, pendengar harus melibatkan indra peraba dan penglihatan untuk memilih konten yang ingin didengarkan, menekan tombol “suka” jika pendengar menyukai konten tersebut, menekan tombol “jeda” dan “putar”, dan membagikan atau mengirimkan link podcast tersebut kepada orang lain. Kemudian pendengar dapat menggunakan indra pendengaran untuk menikmati podcast tersebut.

b. Otonomi (*autonomy*)

Dalam mendengarkan podcast pada Radio Ichthus, Radio Imelda, Radio Idola dan Radio Rhema, pendengar bisa secara bebas memilih konten yang ingin didengarkan. Terlebih, di dalam podcast mereka terdapat beragam *episode* yang dibedakan berdasarkan topik. Contohnya seperti pada Podcast Radio Idola berjudul “Kisah Inspiratif” yang khusus membicarakan kisah-kisah yang dapat menginspirasi masyarakat, ada pula podcastnya berjudul “Eunoia” yang khusus membicarakan tentang otak atau pemikiran manusia seperti kemampuan otak sadar kita, cara mengubah akal, dan lain sebagainya. Maka dari itu, pendengar dapat memilih konten tersebut secara mandiri sesuai keinginan. Selain itu, pendengar juga dapat memegang kendali dengan tombol “jeda” dan “putar”.

c. Unsur bermain-main (*playfulness*)

Unsur ini juga termasuk pada podcast di keempat radio yang menjadi narasumber penulis. Dalam konten yang ada pada podcast radio berisi hiburan-hiburan menarik. Seperti contohnya pada Podcast Radio Imelda berjudul “*East Corner*” yang kontennya khusus berisi tentang korea dan “*Nightmare on The Air*” yang kontennya khusus berisi tentang horror. Menurut Kristin selaku *Program Director* Imelda FM, banyak anak muda yang menyukai horror atau K-POP mendengarkan podcast tersebut sebagai hiburan.

d. Privasi (*privacy*)

Privasi lebih berhubungan dengan isi konten yang dibahas. Privasi juga dihadirkan oleh Podcast Radio Rhema, Radio Imelda, Radio Idola dan Radio Ichthus. Seperti contoh nya Podcast Radio Imelda yang membahas tentang “*Woman’s Health*”, “*Mental Health*”, dan lain sebagainya.

e. Personalisasi (*personalization*)

Seperti pada hasil wawancara penulis kepada narasumber radio bahwa podcastnya dapat didengarkan melalui *smartphone* pribadi sehingga dalam penggunaannya, podcast ini dapat didengarkan secara pribadi tanpa harus melalui media yang bisa didengar semua orang seperti radio.

Sedangkan 2 (dua) karakteristik yang belum ditunjukkan adalah

a. Interaktivitas (*interactivity*)

Karakteristik ini belum dapat ditunjukkan oleh podcast di Radio Idola, Radio Imelda, Radio Rhema dan Radio Ichthus. Hal tersebut dikarenakan podcast radio tersebut belum menyediakan media untuk berkomunikasi atau berinteraktif satu sama lain tanpa melakukan tatap muka seperti penelepon, atau lain sebagainya.

b. Kehadiran sosial atau sosiabilitas (*social presence or sociability*).

Kehadiran sosial atau sosiabilitas juga belum ditunjukkan oleh Radio Idola, Radio Ichthus, dan Radio Imelda dikarenakan mereka belum memunculkan ruang untuk berkomunikasi antar pribadi seperti kolom komentar. Sedangkan Podcast Radio Rhema masih menghadirkan karakteristik ini dengan menyediakan kolom komentar pada podcastnya.

3. Dampak Podcast pada Radio Lokal

Setelah penulis melakukan observasi dan wawancara, penulis menemukan bahwa dari munculnya media baru podcast tersebut membuat Radio Ichthus, Radio Rhema, Radio Idola, dan Radio Imelda terdampak. Berikut dampak yang dialami oleh masing-masing radio.

a. Radio Idola

Dari hasil wawancara dengan Radio Idola, Radio Idola memiliki segmentasi pendengar usia dewasa muda. Radio Idola juga bekerjasama dengan Nielsen untuk melakukan survey pada pendengarnya dan hasilnya rata-rata pendengar mudanya menurun dan lebih memilih podcast. Salah satu alasannya adalah karena dalam mendapatkan informasi, anak muda lebih menyukai hal yang instant dan cepat. Selain itu, radio hanya bisa didengarkan selintas dan tidak dapat diputar kembali. Menurut Timotius selaku *Program Director* Radio Idola, awalnya mendengarkan radio adalah sebuah keasikan dan radio dapat menjadi teman yang intim. Namun sekarang, sebagian pendengar beralih ke media baru yang memiliki karakteristik serupa dengan radio yaitu podcast. Diakui pula bahwa pendengarnya juga beralih dan podcast melalui *Spotify* yang paling mendistruksi radio. Tidak hanya itu, Radio Idola juga terdampak dari segi pendapatan. Masyarakat lebih memilih melakukan iklan di televisi atau di media sosial sehingga jumlah iklan yang masuk juga ikut berkurang. Hal tersebut membuat pendapatan perusahaan

sendiri juga ikut terdampak. Selain itu, dari segi struktural Radio Idola juga melakukan efisiensi karyawan atau pengurangan SDM. Sebelum ada era digital, Radio Idola memiliki 50 hingga 60 tim namun, sekarang hanya ada sekitar 20 tim. Hal tersebut dilakukan karena Radio Idola harus menyeimbangkan pengeluaran dan pemasukan perusahaan. Maka dari itu, kehadiran podcast sebagai media baru sangat memberikan dampak bagi Radio Idola dari segi struktural, segi pendapatan, dan segi pendengar. Dari besarnya dampak tersebut, Radio Idola memutuskan untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi sehingga tidak Radio Idola tidak terdampak lebih jauh lagi.

b. Radio Ichthus

Pada Radio Ichthus, penulis menjumpai bahwa Radio Ichthus memiliki segmentasi pendengar dari usia anak-anak hingga lansia. Untuk mendengarkan Radio Ichthus, terdapat beberapa media yang dapat diakses, yaitu radio analog, *web streaming*, aplikasi Radio Ichthus yang dapat diunduh di *playstore*, dan Radio Ichthus juga bekerjasama dengan persekutuan lansia yang disiarkan di *Facebook*. Pada saat wawancara dengan Eri Yulia selaku *Program Director* Radio Ichthus, penulis menemukan bahwa saat ini pendengar Radio Ichthus kebanyakan orang tua yang sudah lanjut usia. Rata-rata pendengar lansianya juga jarang memahami teknologi baru sehingga Radio Ichthus mampu bertahan karena masih ada pendengar lansianya yang menggunakan radio analog. Namun, penulis menemukan juga bahwa pendengar Radio Ichthus mengalami penurunan dikarenakan banyak anak muda yang sudah jarang untuk mendengarkan radio dan beberapa anak muda yang mendengarkan Radio Ichthus mulai berpindah ke media baru yang bisa memberikan informasi lebih mudah dan cepat.

Secara tidak langsung, Radio Ichthus terkena dampak dari hadirnya media baru podcast yang membuat pendengar anak mudanya berpindah yakni dari segi pendengar. Radio Ichthus mulai memikirkan strategi bilamana pendengar lansianya sudah tidak membutuhkan radio lagi, lantas siapa yang akan menjadi generasi pendengar selanjutnya.

c. Radio Imelda

Radio Imelda memiliki segmentasi pendengar khusus yaitu wanita yang berusia 20 hingga 45 tahun atau bisa juga dikatakan dewasa muda. Untuk mendengarkan Radio Imelda, pendengarnya bisa menggunakan radio analog, web streaming di www.radioimelda.co.id, dan aplikasi "video.com". Pendengar Radio Imelda sendiri mayoritas kaum dewasa muda angkatan 90'an dan radio merupakan salah satu media yang menjadi *trend* anak muda pada masa itu. Sehingga dapat dikatakan pendengar Radio Imelda saat ini adalah ibu-ibu muda atau pendengar lamanya yang masih setia untuk mendengarkan Radio Imelda. Pada saat wawancara dengan Kristin selaku *Program Director* Radio Imelda, ditemukan bahwa sebelum adanya era media baru pendengarnya lebih banyak dan rata-rata pendengarnya masih menggunakan radio analog. Namun setelah adanya era media baru, pendengarnya yang menggunakan radio analog menjadi menurun. Terlebih pendengar anak muda yang masih SMA dan kuliah cenderung menurun karena mereka sudah jarang untuk mempunyai radio analog.

Kristin juga mengungkapkan bahwa saat ini jika radio analog mereka rusak, sangat kecil kemungkinan mereka untuk membeli radio analog baru dan radio analog pun sudah jarang dimui di pasaran. Saat ini mereka lebih menyukai media baru yang serupa dengan radio yaitu podcast. Dalam penggunaannya, media baru tersebut membutuhkan akses internet atau kuota sehingga mereka tidak perlu terganggu dengan gangguan cuaca dan saat ini sangat mudah untuk menemukan Wi-Fi dimana saja. Tidak hanya pendengarnya yang menurun, Radio

Imelda juga terkena dampak dari segi pendapatan dimana masyarakat lebih memilih untuk iklan di media sosial karena jangkauannya akan lebih luas.

Penulis juga menemukan bahwa Radio Imelda dapat bertahan karena pendengar lamanya yang masih setia mendengarkan. Namun, Radio Imelda berpikir dan merancang strategi bila nantinya pendengar lamanya akan menjadi semakin tua dan mereka sudah tidak lagi menjadi bagian dari segmentasi pendengarnya.

d. Radio Rhema

Radio Rhema memiliki segmentasi pendengar dimulai dari anak-anak hingga dewasa muda. Menurut Yudi selaku *Program Director* Radio Rhema, anak muda jaman sekarang sudah mulai jarang untuk mendengarkan radio. Terlebih untuk radio analog yang sekarang sudah jarang untuk ditemui di pasaran. Menurut beliau, saat ini Podcast, Youtube, Netflix, dan Instagram merupakan media yang sedang digandrungi oleh kaum anak muda. Oleh karena hal tersebut, pada saat wawancara penulis menemukan bahwa pendengar muda Radio Rhema mulai beralih ke media yang baru sehingga Radio Rhema mengalami penurunan dari segi pendengar. Kehadiran media baru yang lebih disukai oleh masyarakat tersebut dapat memberikan dampak yang besar bagi keberadaan radio lokal. Tidak hanya dalam segi pendengar saja, dalam segi pendapatan juga mengalami penurunan akibat berkurangnya masyarakat yang ber-iklan di Radio Rhema.

4. Strategi Radio Lokal

a. Radio Idola

Menyadari besarnya dampak yang terjadi, maka Radio Idola harus melakukan perubahan dan dituntut untuk mengikuti apa yang menjadi keinginan pendengarnya. Oleh karena itu, Radio Idola memutar strategi agar mampu bertahan pada masa perkembangan teknologi ini. Penulis menemukan bahwa strategi yang dilakukan oleh Radio Idola yang pertama yaitu mereka mengikuti filosofi dari Charles Darwin yaitu beradaptasi atau mati. Radio Idola beradaptasi dengan perubahan jaman namun tetap relevan, sehingga mereka mencoba untuk berbaur dengan media baru yang disukai oleh pendengarnya seperti podcast. Dengan adaptasi tersebut, Radio Idola tidak seolah-olah hanya bisa didengarkan namun, juga bisa ditatap. Menurut Timotius, podcast saat ini juga menjadi bagian dari kebutuhan. Ada juga beberapa pendengar Radio Idola yang menyukai salah satu program Radio Idola, kemudian mereka memberikan saran agar program tersebut dimuat dalam podcast. Hal tersebut membuktikan bahwa terkadang dalam mendengarkan informasi, masyarakat membutuhkan situasi tertentu. Seperti contohnya pada saat "me-time", sambil minum kopi di pagi hari, dan lain sebagainya.

Oleh sebab itu, Radio Idola tidak lagi melihat podcast sebagai ancaman bahkan Radio Idola memanfaatkan podcast yang sedang di gandrungi anak muda jaman sekarang sebagai strategi untuk menambah jumlah pendengarnya. Seperti yang penulis temukan saat wawancara, Radio Idola mengaku bahwa hasil dari penggabungan Radio Idola dan podcast dapat menambah jumlah pendengarnya dan membuat pendengarnya menjadi lebih luas lagi. Timotius juga berpendapat jika radio tidak melakukan perubahan, maka radio akan semakin tergeser oleh Podcast. Tidak hanya podcast, bahkan untuk kedepannya masih akan ada media-media baru yang lebih bisa menjadi ancaman. Podcast Radio Idola juga berbentuk rekaman yang dapat diakses oleh pendengarnya dengan mudah, tanpa harus mengunduh aplikasi terlebih dahulu melalui website www.radioidola.com.

b. Radio Ichthus

Sebagai bentuk untuk beradaptasi, Radio Ichthus berusaha untuk menggabungkan radio dan podcast di aplikasi Radio Ichthus. Radio Ichthus telah menyediakan ruang untuk podcast di aplikasinya namun dikarenakan pandemi, Radio Ichthus sulit untuk menghadirkan narasumber sehingga pelaksanaannya sendiri menjadi terhambat. Harapannya, Radio Ichthus dapat dijangkau oleh semua kalangan usia dan pendengar yang ada dimanapun, baik luar pulau maupun luar negeri.

Menurut Eri, podcast merupakan media yang serupa dengan radio, perbedaannya hanya terletak pada podcast yang bisa diputar ulang, dan bisa di dengarkan di mana saja. Sedangkan radio bersifat selintas dan jika pendengarnya ketinggalan, maka pendengarnya tidak akan bisa memutar kembali siaran tersebut. Eri juga berpendapat bahwa memang Radio Ichthus memiliki web streaming yang bisa diakses pendengarnya menggunakan internet dan dimanapun, baik di luar pulau maupun luar negeri namun, web streaming Radio Ichthus bersifat LIVE. Sehingga pendengarnya tidak bisa memutar ulang siaran Radio Ichthus. Dengan adanya podcast, harapannya Radio Ichthus dapat terbantu untuk meningkatkan sekaligus menjaga pendengarnya.

c. Radio Imelda

Besarnya dampak yang dirasakan, maka dari itu Radio Imelda mulai mencari siapa yang akan menjadi generasi penerus atau pengganti pendengar lamanya. Maka dari itu, Radio Imelda memiliki beberapa strategi. Pada tahun 2020, tepatnya saat Radio Imelda berulang tahun, Radio Imelda mengangkat tema "Adapting and Surviving". Dimana radio harus bertahan di dunia digital. Maka dari itu, Radio Imelda mengadakan perluasan untuk para pendengarnya. Salah satunya dengan menggabungkan Radio Imelda dengan Podcast.

Radio Imelda memiliki Podcast yang dapat di akses melalui Platform Spotify. Podcastnya sendiri berisi beberapa program andalan Radio Imelda yang diminati oleh anak muda. Seperti contohnya program "East Corner" yang berisi lagu-lagu korea, kemudian program "Nightmare On the Air" yang berisi cerita-cerita horror yang disukai pendengar mudanya, dan masih banyak lagi program-program Radio Imelda di Podcast yang disukai pendengar mudanya. Dengan adanya podcast tersebut, Radio Imelda berhasil memperluas dan meningkatkan jumlah pendengarnya. Tidak hanya itu, Podcast juga membantu pendengar untuk mengakses Radio Imelda lebih mudah lagi. Terlebih bagi anak muda yang tidak mempunyai radio analog.

Menurut Kristin, Podcast dikemas dengan lebih "segmented" untuk pendengarnya. Selain itu, menurut beliau podcast lebih fleksibel karena pendengarnya yang sedang sibuk sekolah atau kuliah atau sedang bekerja dan ketinggalan untuk mendengarkan program andalannya di radio, mereka bisa mendengarkannya kembali melalui Podcastnya. Sehingga, saat ini podcast tidak lagi menjadi ancaman untuk Radio Imelda, bahkan Podcast menjadi partner untuk Radio Imelda. Bahkan menurut Radio Imelda jika radio mampu memanfaatkan podcast dengan baik, maka radio dan podcast bisa saling melengkapi.

d. Radio Rhema

Menyadari pendengar dan pendapatannya mulai menurun, maka Radio Rhema memiliki beberapa strategi untuk bertahan di era media baru ini. Menggabungkan antara podcast dan radio adalah salah satu strategi Radio Rhema untuk bertahan. Pada saat wawancara, Yudi mengaku jika saat ini radio tidak mampu beradaptasi dengan perkembangan media baru, maka dampak yang dirasakan radio akan menjadi lebih besar dan bahkan radio bisa mati. Oleh sebab

itu, Radio Rhema berusaha mengikuti apa yang menjadi keinginan pendengarnya. Radio Rhema mulai menggabungkan radio dengan podcast namun, Youtube dan Instagram menjadi platform pilihan Radio Rhema untuk mengunggah konten podcastnya. Hal tersebut dilakukan karena kedua platform yang dipilih oleh Radio Rhema tersebut dapat menghasilkan adsense dan mampu menambah pendapatan Radio Rhema sendiri.

Podcast sendiri dipilih sebagai salah satu strategi Radio Rhema karena menurut Yudi Podcast merupakan media baru yang hampir serupa dengan radio. Dengan podcast, pendengar dapat memilih sendiri topik yang sedang ingin didengarkan, sekaligus mereka bisa *skip* bagian mana yang tidak ingin mereka dengarkan. Perbedaan nya dengan radio adalah dengan radio pendengar harus mendengarkan apa yang disajikan oleh penyiar dan siarannya tidak dapat diputar kembali. Hanya pihak radio yang memiliki jejak rekaman siaran tersebut, sedangkan pendengar tidak bisa memutar nya kembali. Hal tersebut yang menjadikan pola konsumsi masyarakat menjadi berpindah.

Melihat peluang tersebut, maka podcast tidak lagi menjadi ancaman bagi Radio Rhema. Menurut Yudi, walaupun Radio Rhema menggabungkan antara radio dan podcast namun Radio Rhema tetap tidak menghilangkan karakteristik dari radio sendiri. Radio Rhema tetap membuat pendengar radio nya tidak beranjak dengan tetap membuat program-program di radio menjadi semakin lebih menarik.

Strategi yang dilakukan oleh Radio Rhema dengan menggabungkan radio dengan podcast tersebut berjalan sesuai dengan harapan Radio Rhema. Pada saat wawancara, Radio Rhema mengungkapkan bahwa dengan menggabungkan podcast dan radio semakin memperluas pendengarnya. Selain itu, banyak pendengarnya yang memberikan respon dan terkadang memberikan masukan untuk Radio Rhema. Hal tersebut menjadi kemajuan positif untuk Radio Rhema sendiri.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian penulis tentang “Dampak *New Media* Podcast terhadap Industri Radio Lokal di Kota Semarang” di Radio Ichthus, Radio Imelda, Radio Idola, dan Radio Rhema dapat diambil beberapa kesimpulan. Yang pertama yaitu kehadiran media baru Podcast memberikan dampak bagi radio lokal yang ada di Kota Semarang. Dampak yang dirasakan oleh radio lokal Semarang meliputi dari berbagai sisi. Baik dari segi pendengar, pendapatan perusahaan, maupun efisiensi karyawan. Sebagian besar pendengar yang berpindah adalah pendengar dengan usia muda seperti anak sekolah, anak kuliah, dan pekerja muda. Selain itu, adanya perkembangan teknologi memberikan dampak yang besar sehingga membuat radio lokal wajib memutar strategi untuk mengikuti perubahan dan perkembangan teknologi agar tidak ditinggalkan oleh masyarakat. Hal tersebut dikarenakan pola konsumsi masyarakat yang semakin hari menyukai sesuatu yang bersifat cepat dan efisien. Awalnya, radio lokal di Semarang melihat Podcast sebagai ancaman namun, saat ini Podcast justru dimanfaatkan dan dijadikan salah satu strategi untuk bertahan di era new media. Kemudian yang terakhir, menggunakan Podcast sebagai salah satu strategi radio lokal membuahkan hasil yang maksimal. Podcast berhasil memperluas pendengar radio lokal Semarang sehingga pendengar radio semakin bertambah.

Adapun beberapa saran yang dapat penulis berikan berdasarkan hasil penelitian ini. Penulis menemukan beberapa permasalahan yang belum dapat diatasi oleh industri radio

dalam menghadapi media baru. Oleh karena itu, penulis mengajukan beberapa saran guna membantu radio lokal di Semarang dalam menghadapi media baru. Pertama, media baru akan selalu hadir di tengah-tengah masyarakat guna semakin mempermudah masyarakat sendiri. Ketika radio tidak dapat mengimbangi atau mengikuti perkembangan, radio harus bersiap diri untuk menanggung resiko pendengar yang mulai berpindah. Oleh karena itu, sangatlah penting peranan *Program Director* dalam mengambil dan memilih strategi yang tepat sehingga pihak radio dapat memikat pendengar untuk jangka panjang, tidak hanya sementara atau untuk menghadapi media baru Podcast saja. Selain itu, industri radio sebaiknya lebih memahami platform digital lain yang diminati oleh masyarakat seperti *Joox*, *Spotify*, *IGTV* pada Instagram, dan lain-lain supaya jika nantinya ada media baru lagi yang hadir, industri radio lebih mudah untuk menyesuaikan namun, tetap mempertahankan ciri khas radio. Kemudian, saat ini aplikasi milik radio juga belum dikembangkan secara maksimal sehingga hanya pengguna android saja yang bisa mengakses atau mengunduh aplikasi tersebut. Penulis berharap industri radio lokal Semarang lebih mengembangkan aplikasi yang telah dimiliki secara maksimal agar radio bisa lebih mudah untuk diakses atau dijangkau oleh masyarakat. Penulis juga berharap industri radio lokal lebih mengembangkan program-program yang dimiliki secara maksimal atau memiliki program andalan yang diminati oleh masyarakat. Hal tersebut dilakukan agar pendengar merasa penasaran dengan program tersebut sehingga industri radio bisa menarik masyarakat untuk menjadi pendengar setianya. Terakhir, penulis berharap dalam penelitian selanjutnya dapat lebih memperdalam lagi penelitian ini mengenai peraturan atau undang-undang yang menaungi penyiaran podcast. Hal tersebut berguna agar terdapat batasan jelas dalam penayangan podcast. Seperti contohnya klasifikasi atau batasan usia pendengar, batasan pada isi konten, dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Fatoni. (2006). Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi. Jakarta: PT. Rineka Cipta. Retrieved Maret 8, 2021, from <https://adoc.pub/pt-rineka-cipta2006-hlm-abdurrahman-fathoni-metodologi-pene.html>
- Apple. (n.d.). What is a podcast? Retrieved July 10, 2021, from Apple Podcast: <https://www.apple.com/lae/itunes/podcasts/fanfaq.html>
- Ardianto. (2017). Komunikasi Massa: Suatu Pengantar. Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Awaluddin, Yusuf. (2011). Media Lokal dalam Konstelasi Komunikasi Politik di Daerah. Retrieved Oktober 16, 2021, from <https://jurnal.ugm.ac.id>, Bungin, Burhan. (2006). Metodologi Penelitian Kuantitatif Edisi Kedua. Jakarta: Kencana. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=rBVNDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Dailysocial.id. (2018). Podcast User Research. Retrieved Februari 22, 2021, from <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-penggunaan-layananpodcast-2018>
- Davey, Christopher. J. (2010). New Media and the courts. United States: Conference of Court Public Information Officers. Retrieved Maret 1, 2021, from <https://ccpio.org/wpcontent/uploads/2012/06/2010-ccpio-report.pdf>
- David, Joel. (2014). Radio: Reaching Young Adult Audiences, What are the Challenges and 64 Opportunities for Radio Programmers in Cultivating Young Adult Audiences in the Current Media Environment? Universitas San Jos State. Retrieved from Radio: Reaching Young Adult Audiences,

What are the Challenges and Opportunities for Radio Programmers in Cultivating Young Adult Audiences in the Current Media Environment? (sjsu.edu)

Dunia Radio Peta. (n.d.). Retrieved Januari 27, 2021, from World Radio Map:

<https://worldradiomap.com/id/surabaya>

Flew. (2005). *New Media: An Introduction* 2nd Edition. New York: Oxford University Press. Retrieved Februari 12, 2021

Hammersley, Ben. (2004). *Audible Revolution*. Retrieved Januari 25, 2021, from The Guardian:

<https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia> ,

Hanley, Kalsey. M. (2014). *The Impact of Digital and Social Media on Local Television News Station*. CORE. Retrieved from <https://core.ac.uk/reader/190335592> Imelda Fm. (2018).

Sejarah Radio Imelda. Retrieved September 1, 2021, from Radio Imelda Fm:

<https://radioimeldafm.co.id/about-us/>

Katadata, T. P. (2020). *Podcast Kian Populer di Kalangan Anak Muda*. Retrieved Januari 1, 2021, from

<https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/infografik/5e9a495d15355/podcast-kian-populer-di-kalangan-anak-muda>

Kominfo. (2017). *Menilik Ideologi Radio Swasta Lokal dan Strategi Periklanannya*. Retrieved Februari 12, 2021, from <https://jurnal.kominfo.go.id>article>download.pdf65>

KPI. (2018). *Sejarah Singkat Perkembangan Radio*. Retrieved Maret 1, 2021, from KPI:

www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34250-sejarahperkembangan-radio

Logan, R. (2010). *Understanding New Media Extending Marshall McLuhan*.

Peter Lang. Retrieved Januari 27, 2021, from

<https://books.google.co.id/books?id=Z8RhVp7B5uAC&printsec=frontcover&dq=understanding+new+media+extending&cd=1#v=onepage&q=understanding%20new%20media%20extending&f=false>

MacFarland, D. (n.d.). *Future Radio Programming Strategies: Cultivating Listenership in the Digital Age*. Retrieved Februari 12, 2021, from

https://books.google.co.id/books?id=fpGMAQAAQBAJ&printsec=copyright&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Martin Lister Jon Dovey, S. G. (2003). *New Media A Critical Introduction* Second Edition. Retrieved Maret 1, 2021, from www.philol.msu.ru/~discours/images/stories/speckurs/New-_media.pdf

McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa* McQuail Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika. Retrieved Maret 1, 2021

Nur, H. M. (2016). *Tahukah Anda: Jumlah Radio di Jateng Ternyata Terbanyak SeIndonesia*. Retrieved from tribun.jateng.news: <https://jateng.tribunnews.com/2016/05/27/tahukah-anda-jumlah-radio-dijateng-ternyata-terbanyak-se-indonesi2a>

PPID. (2016). *Daftar Radio di Kota Bandung*. Retrieved Januari 27, 2021, from Daftar Radio

Lokal: <https://ppid.bandung.go.id/wp-content/uploads/2016/01/DAFTAR-RADIOLOKAL.pdf> 66

Raco, J. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Grasindo. Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta