

## PERAN RADIO JODHIPATI 106,1 FM NGANJUK DALAM PELESTARIAN BUDAYA JAWA

Buku ini merupakan luaran dari skema penelitian lanjutan yang mendapatkan pendanaan Internal dari LPPM UPN Veteran Jawa Timur. Penelitian ini menelusuri Radio Jodhipati FM di Kabupaten Nganjuk, sebagai salah satu radio yang mewakili etnis Jawa di Jawa Timur. Berdasarkan penelitian sebelumnya mengenai stasiun radio swasta di Jawa Timur yang secara konsisten menayangkan program budaya lokal, Radio Jodhipati FM adalah salah satu radio swasta yang memiliki jumlah pendengar yang sangat besar dan tersebar hingga penjuru dunia. Radio ini secara konsisten menyiarkan budaya Jawa melalui berbagai sarana dan platform. Selain siaran melalui pemancar Frequency Modulation, Radio Jodhipati FM mengoptimalkan platform audio streaming, YouTube dan Facebook Live. Pemanfaatan berbagai platform untuk siaran telah mengubah bentuk interaktivitas antara sesama pendengar ataupun antara pendengar dengan penyiar dan produser program. (1) Pendengar, penyiar, dan produser bekerja secara kolaboratif dalam memproduksi beberapa program siaran budaya Jawa. (2) terbentuknya komunitas pendengar radio secara virtual, di WhatsApp bernama Sanak Kadang Jodhipati, di Facebook group bernama Sanak Kadang Jodhipati FM. Terobosan siaran langsung pagelaran wayang kulit saat ini menggunakan Facebook Live di <https://www.facebook.com/jodhipatitv>. Buku ini juga berisi sejarah pendirian dan perkembangan radio Jodhipati FM, berbagai bentuk pemanfaatan teknologi, komunitas peminat budaya Jawa, aktivitas komunitas pendengar radio secara online dan offline. Semoga buku ini menambah khazanah keilmuan tentang peran penting Radio Jodhipati FM dalam pelestarian budaya Jawa.



PERAN RADIO JODHIPATI 106,1 FM NGANJUK DALAM PELESTARIAN BUDAYA JAWA

## PERAN RADIO JODHIPATI 106,1 FM NGANJUK DALAM PELESTARIAN BUDAYA JAWA



Zainal Abidin Achmad  
Didiek Tranggono  
Endah Siswati  
Muhammad Mujtaba Habibi

**PERAN RADIO JODHIPATI 106,1 FM NGANJUK  
DALAM PELESTARIAN BUDAYA JAWA**

**Zainal Abidin Achmad  
Didiek Tranggono  
Endah Siswati  
Muhammad Mujtaba Habibi**



**2021**

**PERPUSTAKAAN NASIONAL REPUBLIK INDONESIA  
KATALOG DALAM TERBITAN ( KDT )**

**Peran Radio Jodhipati 106,1 FM Nganjuk dalam pelestarian  
budaya Jawa**

**Penulis**

Zainal Abidin Achmad  
Didiek Tranggono  
Endah Siswati  
Muhammad Mujtaba Habibi

**Desain Cover**

Azizi Nur Maysaroh

**Layout**

Yulia Kunthi  
Mohammad Soeroso, BE

**Copyright © 2021 PMN Surabaya**

Diterbitkan & Dicitak Oleh

**CV. Putra Media Nusantara (PMN), Surabaya 2021**

Jl. Griya Kebraon Tengah XVII Blok FI - 10, Surabaya

**Telp/WA : 085645678944**

E-mail : penerbitpmn@gmail.com

**Anggota IKAPI no.125/JTI/2010**

**ISBN : 978-623-6611-44-9**

**Hak cipta dilindungi oleh Undang-undang**

**Ketentuan Pidana Pasal 112 - 119**

**Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014**

**Tentang Hak Cipta.**

**Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau  
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin  
tertulis dari penerbit**

## KATA PENGANTAR

Buku ini merupakan hasil penelitian sebagai pengembangan dari disertasi mengenai radio-radio swasta di Jawa Timur yang konsisten menyiarkan program-program budaya lokal. Peneliti tertarik mengungkap temuan tentang perkembangan radio-radio budaya di Jawa Timur. Pada tahun 2020, peneliti mendapatkan hibah internal untuk skema riset terapan dengan judul *Media-morfosis di Radio Sritanjung FM Banyuwangi untuk Mendukung Siaran Program Budaya Using*. Pada tahun 2021 ini, peneliti ini mengajukan skema riset lanjutan untuk menelusuri lebih jauh tentang radio Jodhipati di Kabupaten Nganjuk, sebagai salah satu radio yang mewakili etnis Jawa di Jawa Timur. Radio Jodhipati FM dikenal memiliki jumlah pendengar yang besar. Penelitian ini direncanakan berlangsung dalam satu tahun. Perkembangan teknologi komunikasi digital telah mengubah relasi antara pendengar radio dengan institusi radio. Radio menggunakan sarana yang berbeda untuk berkomunikasi dengan pendengar dan pengiklan. Teori *The Network Society* diharapkan dapat melakukan elaborasi pada: peran teknologi dalam kehidupan sosial manusia, perkembangan teknologi dalam penyiaran radio Jodhipati FM; bentuk-bentuk sarana ber-komunikasi antara manajemen radio dengan pendengar.

Buku ini mengandalkan keunggulan etnografi virtual sebagai metode penelitian kualitatif. Sebuah metode yang menuntut peneliti untuk terlibat partisipatif secara *online* maupun *offline* dengan aktivitas penyiaran. Penelitian etnografi virtual memungkinkan peneliti untuk berinteraksi secara leluasa dengan manajemen radio dan pendengar radio. Sehingga peneliti mendapatkan akses: (1) pada kebijakan manajemen, (2) pada media komunikasi para pendengar, (3) pada komunitas-komunitas penggemar budaya Jawa (wayang kulit, gamelan, dan campursari).

Buku ini memberikan bukti bahwa seni budaya Jawa yang disiarkan oleh radio Jodhipati FM, disukai oleh orang-orang suku Jawa yang tinggal di mancanegara. Seni budaya Jawa dan musik campursari sebagai budaya *periphery*, telah menggeliat untuk berkontestasi melawan produk-budaya budaya *Epicentre (Western)* dan dari *New Epicentre* (China, India, Korea, Jepang dan Taiwan). Selama ini Indonesia termasuk negara di Asia Tenggara yang masih dikenal sebagai negara pinggiran dalam urusan produksi budaya. Siaran budaya Jawa oleh radio Jodhipati FM adalah gerakan budaya sebagai wujud kritik budaya lokal terhadap globalisasi. Radio Jodhipati FM berperan dalam memperkuat identitas nasional menghadapi banjirnya budaya asing. Siaran budaya Jawa di radio Jodhipati FM adalah memanfaatkan kelebihan masyarakat Indonesia yang sangat mencintai budaya negeri sendiri.

Surabaya, 9 September 2021

Para Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Kata Pengantar .....	iii
Daftar Isi .....	v
Daftar Gambar .....	vii
Daftar Lampiran .....	xi
BAB 1	
Radio Jodhipati FM Sebagai Subjek Riset .....	1
BAB 2	
<i>State Of The Art</i> .....	5
BAB 3	
Etnografi Virtual Sebagai Metode Riset Kualitatif yang Andal .....	11
BAB 4	
Nganjuk Di Wilayah Kebudayaan Mataram .....	15
BAB 5	
Profil Radio Jodhipati FM di Kabupaten Nganjuk .....	21
5.1. Program Budaya Unggulan .....	21
5.2. Sejarah dan Perkembangan <i>Positioning Radio</i> Jodhipati FM .....	32
BAB 6	
Radio Jodhipati FM dan Perannya dalam Pelestarian Budaya Jawa .....	43
6.1. Radio Jodhipati FM sebagai Radio Budaya Jawa .....	43
6.2. Pengaruh Internet dan Relasi Kerja di Radio Jodhipati	

FM .....	46
6.3. Pemanfaatan WhatsApp Grup Sanak Kadang Jodhipati	53
<b>BAB 7</b>	
Identifikasi Peran Radio Jodhipati dalam Pelestarian	
Budaya Jawa .....	71
DAFTAR PUSTAKA .....	75
LAMPIRAN .....	87

## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1. Kerangka teoritik pergeseran relasi radio dengan pendengar dalam masyarakat jaringan ..... 7
- Gambar 2. *Roadmap* penelitian ..... 8
- Gambar 3. Skema penelitian selama tiga tahun dan luaran penelitian ..... 9
- Gambar 4. Bagan alir riset dasar lanjutan ..... 13
- Gambar 5. Peta pembagian wilayah kebudayaan Jawa Timur ..... 16
- Gambar 6. Setiap tahun radio Jodhipati FM mendapat penghargaan dari Pemerintah Kabupaten Nganjuk atas dedikasinya menyebarluaskan Budaya Jawa ..... 21
- Gambar 7. Daya saing dan profitabilitas radio Jodhipati FM paling banyak bersumber dari pagelaran- Pagelaran Wayang kulit, yang diliput oleh radio Jodhipati FM dan disiarkan melalui aplikasi audio streaming dan melalui *live streaming* di Facebook dan Youtube ..... 22
- Gambar 8. Perayaan Hari Ulang Tahun radio Jodhipati dan Hari Raya Qurban bersama warga sekitar yang sebagian besar adalah petani, sehingga acara dibuat dengan panggung gembira campursari, dan disiarkan streaming di Facebook pada program SARIRAJA ..... 24
- Gambar 9. Para pelajar peserta pelatihan rutin tahunan Siaran Bahasa Jawa radio Jodhipati FM, para Peserta ditampilkan dalam berbagai acara, yaitu: program ARGA dan SANGU LELADI ..... 25



Gambar 10. Penampilan salah satu Dalang Remaja (pelajar SMKN 12 Surabaya) pada Hari wayang Dunia 2017, menampilkan wayang kulit cara Jawa Timur, disiarkan <i>live</i> di Facebook .....	26
Gambar 11. Dalang Bule Ki Edward Austin Breitner dari Amerika Serikat, tampil pada Hari Wayang Dunia di ISI Surakarta 2017, disiarkan <i>live</i> melalui Facebook .....	28
Gambar 12. Salah satu kegiatan Lomba Maca Geguritan memperingati hari jadi radio Jodhipati FM (berdiri di depan: Mas Dedy, Mas Doni, Bp Sumadi) yang disiarkan <i>live</i> di Facebook dalam program MACAPAT .....	29
Gambar 13. Akun Facebook pertama yang dibuat oleh radio Jodhipati FM, bertahan hingga tahun 2016.	35
Gambar 14. Tampilan akun Facebook radio Jodhipati FM untuk <i>live streaming</i> <a href="https://www.Facebook.com/Jodhipati-FM-296660877762084/">https://www.Facebook.com/Jodhipati-FM-296660877762084/</a> , dengan motto <i>Mirsani ingkang panjenengan midangetaken</i> (tonton yang anda dengarkan) .....	36
Gambar 15. Kanal Youtube resmi Radio Jodhipati FM .....	37
Gambar 16. Proses Mediamorfosis Radio Jodhipati FM .....	38
Gambar 17. Tampilan laman web resmi radio Jodhipati FM, <a href="http://jodhipatifm.co.id/">http://jodhipatifm.co.id/</a> .....	39
Gambar 18. <i>Chat</i> di laman web streaming, pendengarnya dari berbagai kota hingga Philadelphia, Amerika Serikat .....	40

- Gambar 19. Aplikasi streaming radio Jodhipati FM dapat diunduh di playstore:  
[https://play.google.com/store/apps/details?id=appinventor.ai\\_nurceper1.RADIO\\_JODHIPATI&hl=en](https://play.google.com/store/apps/details?id=appinventor.ai_nurceper1.RADIO_JODHIPATI&hl=en) 41
- Gambar 20. Suasana siaran streaming program SAMPUR (*Sangu Makaryo Purih Rahayu*) dari dalam studio radio Jodhipati FM ..... 41
- Gambar 21. Siaran streaming liputan berita pada kegiatan Gebyar Membatik dan Fashion Show, di alun-Alun Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk ..... 42
- Gambar 22. Pagelaran wayang kulit sebagai kegiatan *off-air* radio Jodhipati FM, digandakan manfaatnya sebagai konten siaran *on-air streaming* ..... 47
- Gambar 23. Kegiatan pesta pasar rakyat kecamatan Tanjunganom, radio Jodhipati FM dipercaya sebagai *event Organizer* ..... 48
- Gambar 24. Kedekatan hubungan kerja dalam persiapan kegiatan pagelaran wayang kulit di Solo. Mas Wahyu (komisaris) bersama para *crew*, turut mempersiapkan segala keperluan ..... 49
- Gambar 25. Kreasi dari programmer, penyiar baru, Pendengar loyal yang bekerja secara kolaboratif membuat video drama sebagai konten *live streaming* ..... 49

Gambar 26. Acara Sruputan Jodhipati dimodifikasi menjadi program baru yang layak jual. Program ini merupakan perwujudan ruang publik karena pejabat dan rakyat dapat berinteraksi tanpa batas, dimoderatori oleh penyiar senior, bahkan mas Wahyu menjadi aktor dalam diskusi tersebut .....	50
Gambar 27. Kegiatan kumpul dadakan semacam ini, Biasanyane malah mentukan arah radio Jodhipati FM. Mereka yang datang adalah para pendengar loyal dan sahabat karib mas Wahyu dan mas Doni. Lokasi ini berada Pekarangan samping rumah mas Wahyu. Tidak pernah kehabisan kopi panas dan cemilan.	51
Gambar 28. Dominasi sponsor yang dikemas dalam bentuk barter, sesungguhnya menentukan konten program Jodhipati FM sebagai penyedia ruang publik .....	52
Gambar 29. Tampilan Grup WhatsApp pendengar loyal Radio Jodhipati FM yang diberi nama “Sanak Kadang Jodhipati” .....	56
Gambar 30. Perbandingan konsepsi ‘city’ sebagai metafora di masa lalu dan masa kini .....	58
Gambar 31. Penggunaan bahasa Kromo Inggil dalam berkomunikasi di grup WhatsApp dan Facebook	66

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Identitas Para Penulis .....	87
LAMPIRAN 2. Pembagian Tugas Penulis .....	90
LAMPIRAN 3. Dokumentasi Kegiatan Penelitian .....	91



# BAB 1

## RADIO JODHIPATI FM SEBAGAI SUBJEK RISET

Berdasarkan temuan dari penelitian disertasi Achmad (2020), setidaknya terdapat empat radio siaran swasta di Jawa Timur yang memiliki muatan siaran budaya sebanyak 60 persen dari total keseluruhan jam siarannya, yaitu Radio Sritanjung FM di Kabupaten Banyuwangi, Radio Jodhipati FM di Kabupaten Nganjuk, Radio Nada FM di Kabupaten Sumenep, dan Radio Media FM di Kota Surabaya. Disertasi tersebut memetakan potensi pergeseran media radio dari media konvensional menjadi radio yang lebih kompleks dengan penggunaan teknologi komunikasi digital.

Disertasi tersebut tidak mengulas secara mendalam tentang peralihan saham kepemilikan radio, carut marut penataan frekuensi, ketatnya persaingan radio, perubahan dan pergantian manajemen akibat persaingan, ruwetnya proses pengembalian frekuensi radio kepada Negara, serta tidak meneliti belum tersedianya regulasi penyiaran untuk menghadapi digitalisasi media. Disertasi tersebut juga tidak melakukan identifikasi pengaruh kondisi politik pada persaingan radio siaran swasta, meskipun sebenarnya dalam kehidupan sebuah negara, kondisi bisnis radio dipengaruhi juga oleh kondisi politik (Kitley, 2000, 2003). Setidaknya, disertasi tersebut mengembangkan kajiannya berdasarkan temuan dari studi terdahulu tentang pentingnya membangun *positioning* dan *segmenting* yang tepat dan spesifik bagi pemrograman radio swasta agar disukai pendengar, dengan demikian dapat mempertahankan stabilitas perolehan iklan (Achmad & Alamiyah, 2015).

Radio-radio siaran swasta yang berlokasi di ibukota provinsi (seperti Surabaya) dan kota-kota besar atau urban, umumnya telah mengembangkan teknologi komunikasi digital secara maksimal. Namun tidak demikian dengan radio-radio siaran swasta yang berlokasi di daerah-daerah sub urban, yang seringkali mengabaikan

pentingnya radio untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi komunikasi (Epstein, 2018). Meskipun demikian, teknologi bukanlah faktor utama keberhasilan sebuah radio swasta dalam memperoleh pendapatan yang besar. Selain adaptasi teknologi, terdapat faktor-faktor lain yang layak diperhatikan oleh pemilik dan pengelola radio siaran swasta, yaitu: program siaran yang disukai masyarakat, capaian jumlah pendengar loyal, manajemen radio yang handal, dan pekerja media yang kreatif (George & Roberts, 2002; Hujanen & Jauert, 1998; Lister et al., 2010).

Studi ini secara khusus untuk melakukan elaborasi mendalam di Radio Jodhipati FM tentang: perjalanan sejarah pendirian radio, jenis-jenis program siaran budaya unggulan, jenis teknologi siaran yang digunakan, keberadaan komunitas-komunitas pendengar radio, sebaran komunitas penggemar budaya Jawa, mekanisme komunikasi dan interaksi antara pendengar dengan manajemen radio, kondisi wilayah budaya dan dukungan masyarakat sekitar studio radio, dan peran pemerintah daerah terhadap radio Jodhipati FM.

Radio Jodhipati FM layak disebut sebagai radio budaya, karena merupakan salah satu radio siaran swasta dengan muatan program budaya. Radio Jodhipati FM yang berada di Provinsi Jawa Timur menjadi subjek penelitian yang layak dan menarik, karena radio ini tetap eksis di tengah masyarakat, meskipun banyak terdapat radio pop dan news. Studi ini merupakan lanjutan dari hasil temuan riset terapan yang didanai LPPM UPN Veteran Jawa Timur pada tahun 2020 dengan subjek radio Sritanjung FM Banyuwangi. Sebuah radio budaya yang berlokasi di ujung timur Pulau Jawa mampu meraih jumlah pendengar terbanyak di wilayah Banyuwangi dan sebagian barat pulau Bali. Radio Sritanjung FM disukai banyak pendengar karena menyajikan program siaran budaya Using yang kreatif, sehingga mendapatkan banyak pengiklan lokal di masa pandemi COVID-19 (Achmad et al., 2020).

Penelitian terapan dengan subjek Radio Sritanjung FM tersebut membuktikan argumen dari Durant dan Lambrou (2009), bahwa untuk konsisten menyiarkan program budaya dengan tujuan pemer-tahanan budaya lokal dibutuhkan keberanian dan kecermatan manajemen radio swasta untuk menjadikan radionya secara kon-sisten memiliki identitas etnis tertentu. Konsistensi dan keberanian tersebut berpengaruh pada daya tarik radio untuk mempertahankan loyalitas pendengar. Sekaligus membuktikan tesis yang menyata-kan bahwa radio siaran adalah media yang paling efektif dalam pelestarian bahasa dan budaya, karena radio menggunakan bahasa tutur. Kelebihan bahasa tutur adalah memudahkan pendengar radio dalam memahami cara pengucapan dan variasi bahasa. Radio memiliki peran terpenting dalam internalisasi pengucapan bahasa daerah. Untuk itulah, radio sangat diperlukan untuk memper-tahankan pelestarian tradisi dan kebudayaan lokal (Al-hassan et al., 2011; Mu-azu & Shivram, 2017).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengidentifikasi program-program budaya unggulan.
2. Mengidentifikasi teknologi siaran yang digunakan.
3. Mengidentifikasi sarana komunikasi baru antara manajemen radio dengan penyiar.
4. Memetakan komunitas-komunitas budaya yang berafiliasi ke radio Jodhipati FM.
5. Memetakan potensi terbentuknya komunitas-komunitas virtual yang dapat mendukung penyiaran program budaya
6. Memetakan potensi kelebihan daya jangkau siaran dan besarnya jumlah pendengar
7. Memetakan kemungkinan kolaborasi antara pendengar radio dan manajemen radio untuk memproduksi program siaran budaya Jawa.



Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi kepada radio Jodhipati FM dalam hal: (1) pengembangan teknologi siaran, (2) perawatan hubungan baik dengan pendengar yang tersebar luas, (3) pentingnya siaran program budaya untuk mempertahankan penguasaan Bahasa Jawa dan pelestarian budaya Jawa. (4) pentingnya pelibatan pendengar secara partisipatif dalam pembuatan program radio agar selalu inovatif dan kreatif.

## **BAB 2**

### ***STATE OF THE ART***

Penelitian ini menunjang topik riset unggulan Universitas Pembangunan Nasional Veteran untuk rumpun Ilmu Komunikasi. Penelitian ini bersifat melanjutkan hasil temuan dari disertasi ketua peneliti, tentang keberadaan empat radio budaya yang mewakili etnis-etnis di Jawa Timur, yaitu Radio Sritanjung FM di Kabupaten Banyuwangi mewakili etnis Osing, Radio Jodhipati FM di Kabupaten Nganjuk mewakili etnis Jawa daerah sub urban, Radio Nada FM di Kabupaten Sumenep mewakili etnis Madura, dan Radio Media FM di Kota Surabaya yang mewakili etnis Jawa daerah urban. Setiap radio memiliki dinamika sejarah perkembangan yang unik, mengembangkan teknologi siaran yang berbeda, memiliki karakteristik pendengar loyal yang berbeda, tetapi memiliki kekuatan yang sama dalam hal kepemilikan program-program siaran budaya lokal.

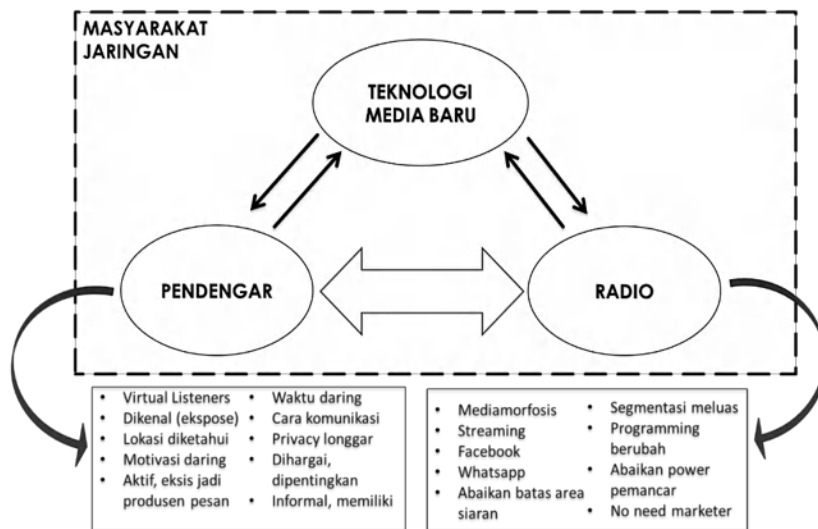
Perkembangan teknologi komunikasi berdampak pada perubahan bentuk siaran radio budaya dan perubahan bentuk komunikasi interaksi antara manajemen radio dengan pendengar radio. Digitalisasi teknologi penyiaran dan perkembangan internet membuat interaksi pendengar radio dengan manajemen, bergeser dari analog dan tatap muka menjadi digital dan virtual (Achmad., 2019; Achmad et al., 2020; Berry, 2014; Norbier, 2012; Schmidt, 2012). Radio budaya dan pendengarnya bergeser menjadi bagian dari *The Network Society*, karena kedua pihak melakukan aktivitas komunikasi di dunia virtual, melalui berbagai aplikasi komunikasi berplatform internet (*WhatsApp, Facebook, Instagram, dan Twiter*).

Pendengar radio merupakan bagian terpenting dalam proses produksi program radio, karena pendengar radio adalah sasaran program sekaligus sebagai penilai bagus tidaknya sebuah program. Program radio yang bagus bukan berarti mahal atau dibuat oleh produser yang terkenal. Program radio yang bagus adalah

yang diterima, disukai dan didukung terus oleh pendengarnya (Achmad & Alamiyah, 2015; Bonini & Monclús, 2015; Guo, 2017; Martínez-Costa & Prata, 2017). Penerimaan pendengar Radio Jodhipati FM membutuhkan penelusuran melalui jaringan virtual karena sudah sejak lama radio Jodhipati FM ini mengembangkan aplikasi audio streaming. Terlebih sejak masa pandemi COVID-19 pendengar loyal radio Jodhipati FM telah membangun grup WhatsApp bernama “Sanak Kadang Jodhipati” sebagai sarana berkomunikasi (Achmad et al., 2021).

Dalam hal ini, teori *The Network Society* dari Manuel Castells dapat digunakan untuk menganalisis bentuk interaksi dan komunikasi dalam ruang-ruang virtual oleh komunitas-komunitas virtual. Termasuk dapat menemukan pola dominasi dan sub-ordinasi para aktor komunikasi, simpul-simpul (*nodes*) dalam jaringan komunikasi dalam ruang-ruang virtual (Castells, 2010). Teori masyarakat jaringan digunakan dalam analisis, karena dalam sistem dunia yang sudah berjaringan saat ini, media-media tradisional termasuk radio, tidak dapat lagi dianggap sebagai distributor tunggal untuk pengetahuan dan radio tidak berperan sendiri. Radio melesap, menyatu dan terkoneksi dalam jaringan. Selain terkoneksi satu sama lain, radio juga berkoneksi dengan publik media dan saling bertukar informasi yang tersebar melalui berbagai *nodes* atau titik simpul (Bonini & Monclús, 2015).

Sebagaimana teori pergeseran relasi radio dengan pendengar dalam masyarakat jaringan yang dikembangkan oleh Achmad (2020) dari teori asalnya *The Network Society* oleh Castells (2010), disebutkan bahwa kehadiran teknologi baru dengan platform internet membuat relasi antara radio dengan pendengarnya mengalami berbagai pergeseran, Sebagai akibatnya karakteristik masing-masing pihak (stasiun radio dan pendengar radio) mengalami beberapa perubahan signifikan, sebagaimana dapat dilihat dalam kerangka teoritik pada gambar 1.



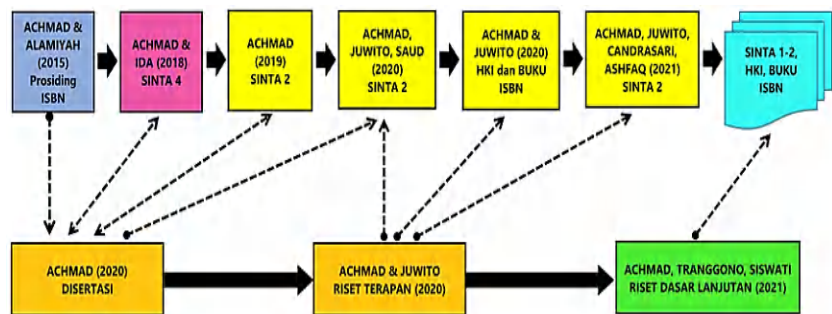
**Gambar 1.** Kerangka teoritik pergeseran relasi radio dengan pendengar dalam masyarakat jaringan. (Sumber: Disertasi Zainal Abidin Achmad (Achmad, 2020))

Radio yang hidup dalam jaringan virtual, melibatkan pendengarnya dalam jaringan. Pendengar radio sebagai bagian dari masyarakat jaringan, berubah menjadi pendengar interaktif dan partisipatif. Bahkan dalam hal produksi konten siaran, pendengar seringkali berposisi sebagai produsen konten siaran radio (Bonini, 2014; Bonini & Monclús, 2015). Karena faktor jaringan virtual, pendengar radio dapat berposisi sekaligus sebagai konsumen dan produsen konten. Budaya radio “duduk dan mendengar” berubah menjadi budaya “membuat dan melakukan” (Gauntlett, 2000).

Peran radio budaya seperti Radio Jodhipati FM menjadi penting bagi negara multi etnis seperti Indonesia. Karena konten program budaya Jawa yang diproduksinya menjadi sarana untuk apresiasi budaya dan toleransi antar budaya. Beberapa hal yang perlu di-elaborasi lebih lanjut adalah program-program budaya Jawa yang menjadi unggulan di Radio Jodhipati FM, proses produksi program-program budaya Jawa tersebut, teknologi siaran yang paling potensial untuk menyebarluaskan budaya Jawa, dan media

sosial yang paling potensial sebagai sarana berbagi informasi dan pengetahuan budaya Jawa bagi pendengar dan pecinta budaya Jawa dan menjaga khazanah kekayaan budaya Nusantara.

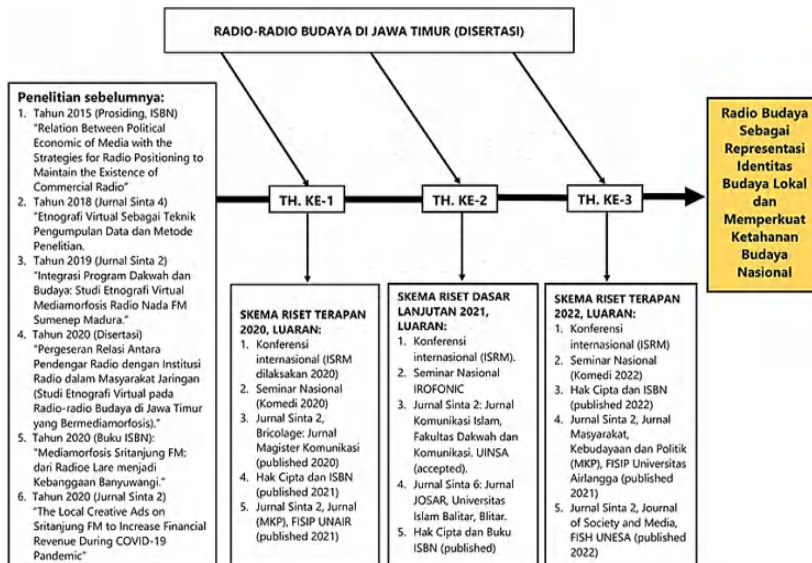
Penelitian ini diharapkan menghasilkan luaran publikasi pada Jurnal nasional terakreditasi Sinta-1/Sinta-2 atau Jurnal Internasional (terutama yang bereputasi). Penelitian ini selain dapat meningkatkan kompetensi para peneliti sesuai bidang penelitian yang telah ditekuni selama ini, juga berkontribusi bagi lahirnya literatur baru tentang radio budaya dan etnografi virtual di Indonesia. Roadmap riwayat penelitian sesuai kompetensi peneliti dalam bidang penyiaran radio dan *culture studies* yang telah dilakukan dan yang akan dilakukan di masa mendatang (lihat gambar 2).



**Gambar 2.** Roadmap Penelitian

Temuan dan analisis dari disertasi Achmad (2020) telah menghasilkan berbagai artikel ilmiah yang dipublikasikan dalam prosiding, jurnal, dan buku dalam kurun waktu dua tahun (2020 dan 2021). Disertasi tersebut masih dapat dikembangkan dalam berbagai artikel yang layak dipublikasikan hingga tahun ke tiga (2022). Tahun ke-1 telah melaksanakan skema riset terapan tentang media-morfosis pada radio Sritanjung FM Banyuwangi. Tahun ke-2 mengajukan skema riset dasar lanjutan untuk elaborasi peranan radio Jodhipati FM Nganjuk. Pada tahun ke-3 akan mengajukan skema riset terapan tentang mediamorfosis di Radio Media FM

Surabaya. Skema pelaksanaan penelitian tersebut, dapat dilihat dalam gambar 3.



**Gambar 3.** Skema Penelitian Selama Tiga Tahun dan Luaran Penelitian



### **BAB 3**

## **ETNOGRAFI VIRTUAL SEBAGAI METODE RISET KUALITATIF YANG ANDAL**

Metode penelitian kualitatif yang digunakan adalah etnografi virtual. Metode ini bertujuan memberikan pemahaman yang khas dari signifikansi dan implikasi dari penggunaan internet dan dinamai etnografi virtual (Hine, 2000). Metode ini apabila diterapkan dengan tepat dapat memberikan pemahaman teoritis dan membantu menentukan kelancaran dinamika hubungan di dunia *online* (daring). Perbedaan lainnya adalah bahwa metode etnografi virtual memiliki perspektif kritis (Achmad & Ida, 2018; Hair & Clark, 2003; Shumar & Madison, 2013).

Etnografi virtual memiliki beberapa konsensus yang muncul pada prosedur penelitiannya, yaitu: Pertama, bahwa studi harus berpusat pada komunikasi berbasis teks sebagai sarana fokus penelitian (diadopsi oleh sebagian besar studi netnografi modern) (Kozinets, 2002). Kedua, pada masalah proses, metode tradisional dengan pengambilan catatan lapangan rinci tetap dilakukan oleh peneliti sebagai pengamat partisipan. Langkah tersebut kemudian diikuti oleh *review* yang akurat; identifikasi pada pola-pola yang muncul; kajian literatur lokal yang mungkin ada; mengembangkan proposisi lanjutan; serta penggunaan literatur untuk mengembangkan perspektif teoritis (Hurley, 1998).

Para etnografer mengakui bahwa tidak ada dua penelitian etnografi yang secara alami sama persis, karena dinilai melakukan peniruan. Dalam penelitian etnografi, meneliti masyarakat yang sama dengan dengan metode yang sama, hasilnya tidak akan pernah sama (bertentangan dengan pandangan positivist, sehingga penelitian etnografi dinilai tidak reliabel).

Hal yang harus dipahami bahwa kriteria dalam etnografi bukanlah validitas dan realibilitas, namun penetapan kriteria secara jelas (Altheide & Johnson, 1994; Denzin, 1997; Denzin & Lincoln,



2000). Penelitian etnografi memerlukan konsensus-konsensus untuk memperoleh kriteria layak. Konsensus-konsensus tersebut, yaitu: kredibilitas, transferabilitas, ketergantungan pada konteks, dan klaim pengetahuan (Denzin, 1997; Shadish, 1995; Stake & Trumbull, 1982). Lingkungan virtual memberikan kelebihan pada kebebasan, fasilitasi kedalaman, dan penyediaan data yang kaya (Hine, 2000; Markham, 1998; Rheingold, 2000; Schaap, 2002). Elemen kunci melakukan penelitian etnografi virtual yaitu lamanya waktu yang dihabiskan di dunia virtual (Parks & Floyd, 1996; Whitty, 2002).

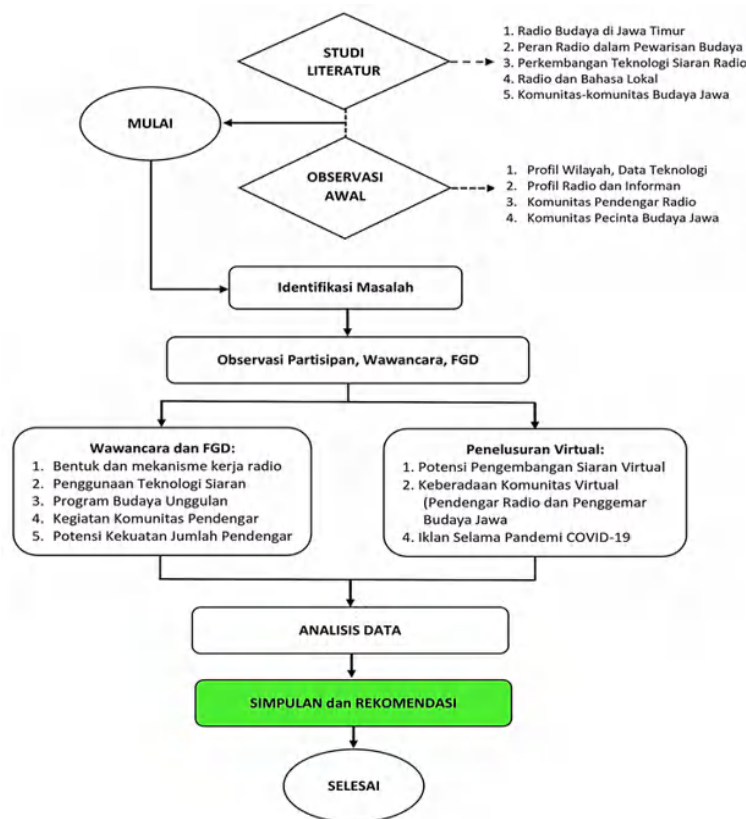
Teknik pengumpulan data harus menggunakan observasi partisipan; karena sebagai fitur kunci dari penelitian dalam masyarakat jaringan, elektronik dan internet (Horn, 1998; Rheingold, 1995; Turkle, 2011) dan dalam etnografi virtual (Kendall, 1999; Meyer & Thomas, 1990; Myers, 1987; Reid, 1992; Sharf, 1999). Keterlibatan langsung di wilayah virtual ini akan menumbuhkan kesadaran lebih besar dalam melakukan pengamatan terhadap fenomena relasional, pola konflik dan/atau tindakan penindasan yang muncul. Teknik pengumpulan data lainnya adalah wawancara mendalam dan *Focus Group Discussion*.

Penelitian ini memilih subjek radio Jodhipati FM yang terletak di Kecamatan Tanjunganom Nganjuk. Radio Jodhipati FM memiliki konten program budaya Jawa terbanyak dibandingkan radio-radio lain di Jawa Timur (PRSSNI Jawa Timur, 2018). Penelitian akan berlangsung dalam waktu enam bulan untuk melakukan observasi partisipan di lingkungan studio radio Jodhipati FM dan terlibat dalam berbagai kegiatan yang dilakukan komunitas pendengar radio dan komunitas pecinta budaya Jawa. Serta melakukan penelusuran virtual melalui *Facebook* dan WhatsApp grup.

Wawancara mendalam bermanfaat untuk memperoleh informasi tentang sejarah pendirian, perkembangan teknologi siaran radio, *positioning* radio budaya, dan pendapatan iklan. *Focus Group Discussion* bermanfaat untuk memperoleh informasi tentang:

keuntungan dan kerugian pemanfaatan teknologi komunikasi, motivasi pendengar radio dalam berinteraksi di *Facebook*, dan WhatsApp grup, peran radio Jodhipati FM dalam pewarisan budaya Jawa. Secara keseluruhan, penelitian ini akan membutuhkan 10 orang informan dengan kriteria keterwakilan manajemen, pendengar loyal, tokoh budaya, tokoh agama, birokrasi, dan pengiklan.

Peneliti melakukan analisis dalam tiga tahap, sejak tahap studi literatur, pada saat pengumpulan data di lapangan, dan setelah selesai dari lapangan. Sebagaimana yang disarankan, bahwa dalam penelitian kualitatif, analisis data akan lebih fokus apabila dilakukan selama proses di lapangan, ketika dalam tahap pengumpulan data (Miles et al., 2014).



**Gambar 4.** Bagan Alir Riset Dasar Lanjutan



## BAB 4

### NGANJUK DI WILAYAH KEBUDAYAAN MATARAM

Provinsi Jawa Timur sebagai provinsi terluas di Pulau Jawa, memiliki luas wilayah 47.799,75 km<sup>2</sup>, memiliki pemerintahan daerah tingkat II yang terdiri dari 29 kabupaten dan 9 kota (BPS Jawa Timur, 2017). Suku mayoritas yang ada di provinsi Jawa Timur adalah suku Jawa. Bahasa lokal yang paling digunakan oleh warga Jawa Timur adalah bahasa Jawa. Sebagian kecil menggunakan bahasa Madura dan bahasa Using. Sifat budaya yang dimiliki masyarakat Jawa Timur sangatlah plural.

Apabila provinsi Jawa Timur dibagi berdasarkan pembagian wilayah kebudayaan, maka terdapat sepuluh wilayah kebudayaan atau sub kultur (Sutarto, 2004). Terdapat empat wilayah kebudayaan besar, terdiri dari: *Mataraman*, *Arek*, *Madura Pulau*, dan *Pandalungan*. Selain itu, terdapat enam wilayah kebudayaan kecil yang terdiri dari: *Jawa Panoragan*, *Using* atau *Osing*, *Tengger*, *Madura Bawean*, *Madura Kangean*, dan *Samin (Sedulur Sikep)* (Sutarto, 2006).

Wilayah kebudayaan juga mencirikan adanya perbedaan karakteristik masyarakat pada tiap-tiap wilayah tersebut. Perbedaan wilayah kebudayaan menunjukkan keunikan yang dimiliki masyarakat Jawa Timur, yaitu memiliki banyak kekayaan budaya dan kearifan lokal. Perbedaan dalam masyarakat Jawa Timur menjadikannya tetap menyatu sebagai satu kawasan provinsi. Meskipun terdapat kata Jawa pada nama “Jawa Timur” bukan berarti budaya dan sifat sosial masyarakatnya adalah monokultur Jawa. Apabila dibandingkan dengan Jawa Barat dan Jawa Tengah, masyarakat Jawa Timur dikenal sangat plural dan beragam (Kristanto & Wahyu, 2008).

Pembagian kebudayaan Jawa Timur menjadi sepuluh wilayah kebudayaan atau sub kultur, dilakukan berdasarkan perbedaan ter-

hadap tujuh unsur kebudayaan. Tujuh unsur kebudayaan tersebut, antara lain: sistem organisasi masyarakat, sistem pengetahuan, sistem religi, sistem mata pencaharian dan ekonomi, sistem teknologi dan peralatan, sistem bahasa, dan kesenian (Koentjaraningrat, 2009).

Untuk melihat wilayah kebudayaan di provinsi Jawa Timur, dapat dilihat lebih mudah melalui peta sebaran geografis wilayah kebudayaan di Jawa Timur pada gambar 5.



**Gambar 5.** Peta pembagian wilayah kebudayaan Jawa Timur.

Sumber: (Budi, 2016)

Wilayah pertama adalah *Mataraman*, karena memiliki kedekatan dan mendapatkan pengaruh dari kultur Kerajaan Mataram di Yogyakarta dan Surakarta. Wilayah Mataraman mencakup daerah-daerah di sebelah barat provinsi Jawa Timur, antara lain: Kabupaten Tuban, Kabupaten Bojonegoro, Kabupaten Lamongan, Kabupaten Ngawi, Kabupaten Magetan, Kabupaten Ponorogo, Kabupaten Pacitan, Kabupaten Madiun, Kota Madiun, Kabupaten Nganjuk, Kabupaten Tulungagung, Kabupaten Blitar, Kabupaten Kediri, Kota Blitar, Kota Kediri, dan Kabupaten Trenggalek.

Adat istiadat masyarakat *Mataraman* memiliki kemiripan dengan masyarakat di daerah Yogyakarta dan Surakarta, karena memiliki garis leluhur yang sama. Kemiripan yang paling mencolok adalah pada penggunaan bahasa Jawa halus (*kromo madya* dan *kromo inggil*), meski dalam percakapan sehari-hari tidak selalu menggunakan tingkatan bahasa yang paling halus (*kromo inggil*), sebagaimana masyarakat di Yogyakarta dan Surakarta.

Pola kehidupan masyarakat di wilayah *Mataraman* juga sangat mencerminkan kehidupan masyarakat *Jawa Mataram*. Dalam hal sistem sosial, cara bercocok tanam, dan jenis kesenian, masyarakat di wilayah *Mataraman* memiliki kesamaan dengan masyarakat wilayah Mataram di Yogyakarta dan Jawa Tengah. Beberapa jenis kesenian Yogyakarta dan Jawa Tengah yang dapat ditemukan di wilayah kebudayaan *Mataraman*, antara lain: wayang kulit, wayang orang, ketoprak, tayub, dan berbagai tarian Jawa (seperti: *Gambyong* dan *Bedoyo Keraton*).

Kedua, wilayah kebudayaan Arek, adalah wilayah yang terletak di sebelah timur Mataraman. Masyarakatnya terkenal dengan karakternya yang pemberani dan penuh semangat. Ciri khas masyarakat Arek yang sangat dikenal adalah terbuka, apa adanya, mudah bergaul dan beradaptasi serta memiliki semangat juang tinggi. Tidak heran apabila masyarakat arek memiliki predikat yang disematkan sebagai ciri khasnya, yaitu *Bondo Nekat*.

Pusat kebudayaan Arek di Jawa Timur adalah Surabaya dan Malang, karena keduanya memiliki struktur sosial yang heterogen dan kompleks sebagai penanda kehidupan kota besar. Pertumbuhan industri, menjadikan keduanya sebagai kota urban yang menjadi pusat perdagangan, pendidikan, pariwisata dan perekonomian yang begitu kompleks dan heterogen, bisa dikatakan menjadi pusat bidang pendidikan, ekonomi, dan pariwisata di Jawa Timur. Luasan wilayah kebudayaan Arek hanya 17 persen dari seluruh luasan wilayah provinsi Jawa Timur, tetapi hampir separo (49 persen) kegiatan perekonomian Jawa Timur berpusat di sini.

Ketiga, wilayah kebudayaan Madura Pulau. Masyarakat Madura Pulau terkenal dengan karakternya yang suka berkelana. Setelah Mataraman dan Arek, wilayah Madura Pulau merupakan komunitas terbesar ke tiga di provinsi Jawa Timur. Kultur masyarakat Madura memiliki banyak perbedaan dengan kultur masyarakat Mataraman. Dalam hal sistem bercocok tanam, Madura mengenal pategalan, sedangkan Mataraman memiliki ekologis sawah. Sistem hunian di Mataraman lebih memusat, memiliki solidaritas perkampungan dan mengenal hubungan sosial kekerabatan, sedangkan di Madura mengenal pola hunian yang terpencar, tidak memiliki solidaritas desa atau kampung karena hubungan sosial lebih terpusat pada individu dan keluarga inti (Kuntowijoyo, 2002).

Masyarakat Madura memiliki jiwa penjelajah, didasari lingkungan asalnya yang tidak terlalu subur. Tanah di pulau Madura tidak cocok untuk pertanian. Masyarakat Madura banyak yang memilih untuk melakukan petualangan di pulau Jawa. Sasaran migrasi Masyarakat Madura pulau adalah kawasan di bagian timur provinsi Jawa Timur. Daerah-daerah tujuan migrasi tersebut adalah tanah tumpah darah kedua bagi masyarakat Madura Pulau, karena menjadi tempat bermukim dan hidup rukun berdampingan dengan masyarakat Jawa.

Wilayah kebudayaan keempat adalah *Pandalungan*. Wilayah *Pandalungan* merupakan pertemuan dua kultur, Madura dan Jawa. Perpaduan antara dua kultur yang hidup berdampingan dan bersanding dengan damai tersebut dinamai dengan wilayah *Pandalungan*. Kata *pandalungan* berasal dari kata bahasa Jawa *dhalung*, yang memiliki arti 'periuk besar' (Prawiroatmodjo, 1985). Disebut periuk besar karena menjadi tempat pertemuan antara budaya pategalan (Madura) dan budaya persawahan (Jawa). Perpaduan budaya Madura dengan budaya Madura tersebut melahirkan bentuk budaya baru yang disebut *Pandalungan*.

Masyarakat *Pandalungan* memiliki ciri khas sebagai pekerja keras, ekspansif, agraris-egaliter, solidaritas tinggi dan agresif. Satu bentuk hubungan sosial yang khas adalah ketaatan masyarakat Madura terhadap tokoh agama Islam. Wilayah ini terbentang sepanjang Pasuruan, Probolinggo, Jember, Bondowoso, Situbondo dan Lumajang. Dalam hal apa masyarakat Pandalungan dapat dibedakan dari masyarakat Madura pulau? Hal itu dapat diperhatikan dari ciri kebahasaannya. Apabila kita mendengarkan sekilas bahasa tutur orang Pandalungan ketika berbicara, akan dikira sebagai orang Madura. Akibat kentalnya akulturasi budaya Jawa dan budaya Madura, orang Pandalungan memiliki keunikan dalam berbicara yaitu lebih cenderung menggunakan bahasa Jawa tetapi memiliki dialek orang Madura.

Pada wilayah budaya Pandalungan ini terdapat dua bagian wilayah budaya yang lebih kecil, yaitu *Tengger* dan *Using* atau *Osing*. Khusus *Using* memiliki perbedaan yang sangat terpisah dibandingkan Mataraman, Madura Pulau, Arek dan Pandalungan. Terutama dalam bahasa dan seni budayanya. Unikny orang Using memiliki kebanggaan yang luar biasa terhadap budaya mereka.





## BAB 5

### PROFIL RADIO JODHIPATI FM DI KABUPATEN NGANJUK

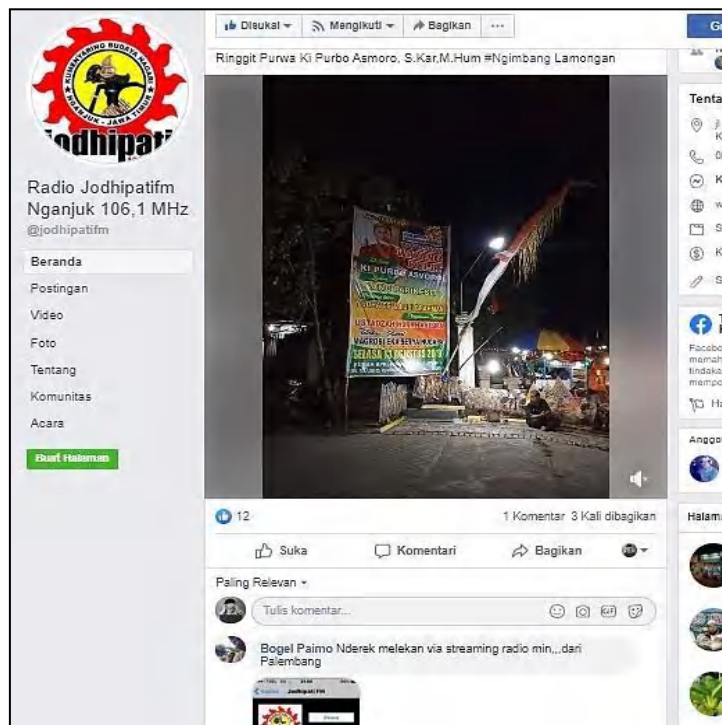
#### 5.1 Program Budaya Unggulan

Berdirinya PT. Radio Jodhipati Budaya Nagari (Jodhipati FM) berawal dari keprihatinan terhadap minimnya citarasa budaya di masyarakat. Hingga tercetus keinginan yang untuk mendirikan media masyarakat sebagai sarana pengembangan budaya, informasi, prospek pembangunan sosial dengan mengacu pada: (1) latar belakang budaya potensial yang ada di Kabupaten Nganjuk; (2) kondisi alam geografis yang agraris; (3) tantangan pengembangan SDM dengan bertumbuhnya lembaga-lembaga pendidikan di Kabupaten Nganjuk.



**Gambar 6.** Setiap tahun radio Jodhipati FM mendapat penghargaan dari Pemerintah Kabupaten Nganjuk Atas dedikasinya menyebarkan Budaya Jawa (hasil *screenshot* akun fb radio Jodhipati FM)

Tujuan pendirian PT. Radio Jodhipati Budaya Nagari adalah untuk menyelamatkan, menggali, melestarikan dan mengembangkan budaya nasional khususnya budaya Jawa melalui media penyiaran. Radio Jodhipati FM memiliki beberapa tujuan dalam penyiarannya, antara lain: (1) Menyampaikan pesan-pesan Budaya Jawa melalui media informasi. Termasuk penyampaian berita daerah, regional, nasional dan sebagainya dalam Bahasa Jawa. (2) Mempertahankan dan memperkuat pengetahuan tentang Budaya Jawa kepada masyarakat. (3) Melestarikan sekaligus menyebarkan budaya Jawa melalui penyiaran dibidang seni, kebudayaan, pendidikan, agama dan pertanian.



**Gambar 7.** Daya saing dan profitabilitas radio Jodhipati FM paling banyak bersumber dari pagelaran-pagelaran wayang kulit, yang diliput oleh radio Jodhipati FM dan siarkan melalui aplikasi *audio streaming* dan melalui *live streaming* di Facebook dan Youtube (hasil *screenshot* dari akun fb radio Jodhipati FM).

Radio Jodhipati FM sejak awal berdiri sudah secara jelas memposisikan diri sebagai budaya, dengan mengukuhkan visi: “Jodhipati *Kumenyaring* Budaya Nagari Mengabdikan sebagai Sumber Informasi dengan Menjunjung Tinggi Budaya Jawa”. Demi mewujudkan visi tersebut, radio Jodhipati FM menyusun beberapa misi berikut: (1) Meningkatkan pemahaman masyarakat bahwa budaya daerah adalah akar dari budaya nasional; (2) Meningkatkan komunikasi dan informasi melalui siaran radio agar masyarakat ikut serta merasa memiliki budaya daerah, dengan harapan menyelamatkan, menggali, melestarikan, mengembangkan untuk kelangsungan hidup budaya Nasional; (3) Menginformasikan perkembangan pembangunan serta memberdayakan masyarakat; (4) Mendorong peningkatan sumber daya manusia di bidang budaya, agama, pendidikan dan pertanian.

Radio Jodhipati FM memiliki segmentasi pendengar radio berusia antara 12 tahun hingga >70 tahun, tinggal di kawasan agraris tradisional, memegang teguh adat istiadat, dengan ikatan kekeluargaan yang masih terjaga kuat. Para pendengar radio Jodhipati FM memiliki latar belakang pekerjaan yang beragam, antara lain: petani, wiraswasta, pengusaha, pensiunan, karyawan kantor, guru, ibu rumah tangga, dan masyarakat umum. Namun dalam kategori status ekonomi sosial, sebagian besar pendengar Jodhipati FM berasal dari SES B dan SES C.

Kabupaten Nganjuk memiliki wilayah seluas 122.433,1 Hektar dan terbagi menjadi 20 kecamatan, 284 desa dan kelurahan. Penduduknya sebagian besar bermata-pencarian sebagai petani (sebagai pengusaha maupun buruh). Karena masih luasnya lahan pertanian, sebagian besar penduduk Kabupaten Nganjuk tinggal di wilayah pedesaan dengan kehidupan tradisional Jawa dan yang membutuhkan informasi dan hiburan yang berakar pada budaya Jawa.



**Gambar 8.** Perayaan Hari Ulang Tahun radio Jodhipati dan Hari Raya Qurban bersama warga sekitar yang sebagian besar adalah petani, sehingga acara dibuat dengan panggung gembira campursari, dan disiarkan *streaming* di Facebook pada program SARIRAJA.

Tidak mengherankan apabila sejak berdirinya, radio Jodhipati FM segera mendapatkan sambutan baik oleh masyarakat Nganjuk. Salah satu program andalan dan selalu ditunggu adalah siaran wayang kulit. Kesuksesan *positioning* awal dengan menyiarkan siaran wayang kulit, diperkuat dengan membuat berbagai program-program lain yang berakar kuat pada budaya Jawa. Sejak saat itulah, radio Jodhipati FM berani mengklaim sebagai radio Budaya.



**Gambar 9.** Para pelajar peserta pelatihan rutin tahunan Siaran Bahasa Jawa radio Jodhipati FM, para peserta ditampilkan dalam berbagai acara, yaitu: program ARGA dan SANGU LELADI (hasil *screenshot* di akun fb Radio Jodhipati FM).

Program *Sunaring Ati* merupakan acara dakwah Islami dari ustad-ustad ternama di Kabupaten Nganjuk dan nasional dengan harapan dapat mewujudkan ketenangan batin dan menjalin silaturahmi antara pendengar dengan penyiar. Siaran dakwah diiringi lagu dengan nuansa Islami.

Program SARIRAJA (Campur Sari Radio Jodhipati), tembang campursari sebagai penghantar aktifitas, umumnya ditujukan bagi pendengar wiraswasta dan tani. Berisikan siaran kirim salam lewat telpon, pesan singkat dan grup WhatsApp.

Program SAMPUR (*Sangu Makarya Purih Rahayu*), siaran khusus tembang tayub yang menjadi kesenian ciri khas Nganjuk. Sebagai

hiburan pelepas lelah bagi para petani yang baru pulang dari aktifitas disawah.

Program KETOPRAK, adalah siaran seni tradisional dan cerita rakyat yang dikemas secara modern mengikuti perkembangan kehidupan era baru, dan disajikan secara berseri dari hasil rekaman ketoprak/sandiwara.

Program SRIKATON (Campursari Klasik *Maton*), sajian tembang campursari sebagai pelepas lelah dimalam hari dengan selingan kirim salam lewat telpon, sms, WhatsApp dan Facebook, menjadikan acara ini sebagai wahana mempererat silaturahmi dan kekeluargaan sesama pendengar Jodhipati FM.



**Gambar 10.** Penampilan salah satu Dalang Remaja (pelajar SMKN 12 Surabaya) pada Hari wayang Dunia 2017, menampilkan wayang kulit cara jawatimuran, disiarkan *live* di Facebook (hasil *screenshot* dari akun fb radio Jodhipati FM).

Program ARGA (*Agawe Renaning Penggalih*), berisi sandiwara humor dengan durasi waktu 1 jam setiap Minggu untuk memberi pesan moral kepada para pendengar melalui tema-tema cerita dari kisah sehari-hari

Program *SANGU LELADI*, artinya kata-kata mutiara. Program yang berisikan pesan-pesan moral kehidupan berupa kata-kata mutiara, bertujuan untuk memperkenalkan keindahan dan keanekaragaman Bahasa Jawa dan disajikan setiap pergantian acara.

Program JANGGAN (*Jagadhing Anak*), bertujuan memperkenalkan dongeng/cerita kepada anak di usia sekolah, disampaikan dengan bahasa Jawa. Acara ini juga menanamkan budi pekerti adat Jawa kepada generasi penerus.

Program TARUB (Taman Rubrik), adalah acara dialog dengan materi Pertanian, Perkebunan, Kehutanan, Perikanan, Peternakan, Lingkungan Hidup, dan Kesehatan. Nara sumber dihadirkan dari dinas terkait dan tokoh masyarakat atau pelaku guna penunjang keberhasilan program pemerintah daerah. Bahasa yang digunakan dominan Bahasa Jawa dicampur dengan Bahasa Indonesia.





**Gambar 11.** Dalang Bule Ki Edward Austin Breitner dari Amerika Serikat, tampil pada Hari Wayang Dunia di ISI Surakarta 2017, disiarkan *live* melalui Facebook (hasi *screenshot* dari akun fb radio Jodhipati FM)

Program WAYANG KULIT adalah siaran langsung dari pagelaran wayang kulit atau memutar rekaman wayang kulit dengan sajian lakon dan dalang beraneka ragam dengan tujuan sebagai bentuk pelestarian budaya wayang kulit yang telah mendapat pengakuan sebagai warisan budaya dunia dari badan dunia UNESCO.

Program *MACAPAT*, disajikan 1 minggu sekali dengan durasi waktu 3 jam dengan tujuan untuk menumbuhkembangkan tembang jawa baku (*Macapat*) agar tetap dicintai masyarakat. Segmentasi acara untuk remaja dan dewasa.

Program *KACANG GORENG* adalah siaran humor yang disajikan dalam durasi pendek (dua menit), disiarkan sebagai selingan,

sebanyak tiga kali sehari untuk memberikan kesegaran dan menghibur pendengar.



**Gambar 12.** Salah satu kegiatan Lomba Maca Geguritan memperingati hari jadi radio Jodhipati FM (berdiri di depan: Mas Dedy, Mas Doni, Bp Sumadi) yang disiarkan *live* di Facebook dalam program MACAPAT (hasil screenshot di akun FB Bapak Sumadi)

Dibandingkan 4 radio lain yang juga bersiaran di kabupaten Nganjuk, tidak ada satupun radio yang berani 100% bersiaran menggunakan bahasa Jawa. Inilah yang membedakan Jodhipati dibandingkan radio Megantara AM, radio Nande FM, radio Tasma FM, radio Ersal FM, dan radio Jossh FM.

Peneliti menemukan keunikan tersendiri ketika meneliti radio Jodhipati FM di kabupaten Nganjuk, yaitu menyangkut kuatnya tradisi budaya Jawa di wilayah ini. Mengapa budaya Jawa (Mataraman) justru berkembang baik di Nganjuk? Mengapa tidak di Madiun, Magetan atau Ngawi yang secara jarak lebih dekat ke

Jawa Tengah dan Yogyakarta sebagai pusat budaya Jawa?  
Mengapa radio budaya Jawa justru lahir di Nganjuk?

Peneliti menelusuri studi pustaka tentang sejarah Nganjuk, dibantu sepenuhnya oleh PEPADI Kabupaten Nganjuk untuk mendapatkan informasi yang cukup. Pertanyaan-pertanyaan yang berkulat di benak peneliti tentang tumbuh suburnya Budaya Jawa di Kabupaten Nganjuk, mendapatkan jawaban dari keberadaan Prasasti *Anjuk Ladang* di dekat sebuah candi bernama Candi *Lor*. Prasasti Anjuk Ladang ini berlokasi di Desa Candirejo Kecamatan Loceret, berjarak empat kilometer sebelah Selatan Kabupaten Nganjuk.

Prasasti dibuat oleh Mpu Sindok, seorang pejabat tinggi Kerajaan Mataram Kuno dan masih kerabat dekat raja Rakai Bawa Dyah Wawa, yang berhasil menyelamatkan diri pada saat Kerajaan Mataram di Jawa Tengah mengalami kehancuran karena letusan Gunung Merapi, dan termasuk dipercaya untuk menyelematkan mahkota raja. Sebagai pembawa mahkota raja, Mpu Sindok kemudian membangun kerajaan baru bernama Kerajaan Medang di kawasan Nganjuk, tempat penyelamatan dirinya dan sebagian warga Mataram.

Mpu Sindok inilah yang membangun wangsa baru berjudul *Wangsa Isana* dengan diangkat sebagai raja pertama Kerajaan Medang, dan diberi gelar *Sri Maharaja Rakai Hino Sri Isana Wikramadharmo Tunggaladewa* dan menikahi Sri Prameswari Dyah Kebi, putri raja Mataram Kuno, Dyah Wawa (Adji, 2012).

Kerajaan Medang di Jawa Timur oleh Mpu Sindok dinyatakan sebagai pindahan dari pusat kerajaan Mataram Kuno yang dulunya berada di Jawa Tengah. Pada tahun 859 Saka atau 937 Masehi, kerajaan Medang mendapat serangan dari pasukan kerajaan Sriwijaya. Secara gotong royong, rakyat Medang bahu membahu berperang bersama Mpu Sindok untuk mengalahkan Sriwijaya.

Sebagai ungkapan rasa terimakasih kepada penduduk Nganjuk dan wujud syukur kepada Sang Pencipta, Mpu Sindok membangun tugu kemenangan (*Jayastamba*) dan mendirikan bangunan ibadah yang disebut *Sri Jayamerta* atau sekarang dikenal dengan nama candi *Lor* di bumi *Anjuk Ladang* yang bermakna tanah kemenangan (Diahing Sari & Mukti Wibowo, 2017).

Kemenangan Mpu Sindok diyakini tak lepas dari peran para leluhur, sehingga budaya *Nyadran* yang berasal dari kata *sadra* yang mengandung arti mendoakan leluhur, yang dimulai sejak zaman Mpu Sindok hingga saat ini masih dilestarikan dengan berbagai macam bentuk. Seni budaya yang ada sejak dulu dan dilestarikan hingga sekarang merupakan potensi daerah yang luar biasa. Sehingga seni suara, seni tari, seni sastra, seni rupa, seni musik tradisional masih terus terjaga melalui pagelaran-pagelaran Wayang Kulit, yang masih melekat kuat hingga sampai saat ini. Tidak heran apabila Persatuan Dalang Indonesia (PEPADI) dibentuk di kabupaten Nganjuk. Pun demikian dengan seni karawitan, tayub, dan campursari yang digemari oleh anak-anak muda, tumbuh dan berkembang menjadi kelompok-kelompok seni di Kabupaten Nganjuk.

Sebagian program siaran yang dibuat oleh Jodhipati FM (hasil perencanaan dan keterlibatan partisipatif pendengar radio dan manajemen radio) dan dampak dari program budaya yang disiarkan (sehingga memunculkan komunitas-komunitas virtual) membuktikan bahwa masyarakat jaringan senyatanya telah memunculkan apa yang disebut Jan Van Dijk sebagai *digital divide* (Van Dijk, 2012).

Media baru telah mendorong orang untuk memiliki akses, sehingga mereka berusaha mempertahankan sekaligus memperluas jaringan sosial mereka. Pada saat pendengar radio berusaha memperluas akses dalam masyarakat jaringan (virtual), di saat yang sama mereka berusaha keras untuk menjaga keseimbangan hubungan sosial di dunia nyata. Mereka berupaya agar tidak ada jaringan

yang hancur. Upaya mempertahankan dan memperluas jaringan inilah dapat memunculkan *digital divide* atau kesenjangan digital.

Mereka yang memiliki kekuatan membangun jaringan sosial baru di dunia virtual, telah menciptakan kelompok komunikasi baru dan bahkan tipe komunitas baru. Peralihan dari komunitas sosial pendengar radio *off-line* menuju *online* terjadi dalam beberapa bentuk, salah satunya di radio Jodhipati FM adalah Sanak Kadang Jodhipati (WhatsApp grup). Grup WA ini mengkombinasikan komunikasi interpersonal dan komunikasi massa. Peluang baru yang lebih baik dalam berkomunikasi antara pengirim (pribadi) dan penerima (*public*). Dalam jaringan virtual tersebut, setiap orang berkesempatan sama untuk berbicara, bertukar teks, audio, dan video. Sedangkan semua orang dalam jaringan memiliki akses yang sama untuk membaca, menonton, mendengarkan, dan memberikan umpan balik. Hal ini hanya dapat terjadi dalam grup-grup chatting dan grup pesan instan virtual (Herring, 2004).

## **5.2 Sejarah dan Perkembangan Positioning Radio Jodhipati FM**

Pada awal berdirinya, radio Jodhipati FM menentukan *positioning* sebagai radio pop nostalgia. Format siaran pop nostalgia adalah mengandalkan siarannya dengan lagu-lagu pop Indonesia dan pop manca tahun 1970an hingga 1980an. Komposisi musiknya 80% Indonesia, 20% manca (Wawancara Bapak Dony Widodo, 22 Juni 2021).

Ketika UU Penyiaran No 32 tahun 2002 diberlakukan semua radio siaran harus melakukan pengurusan Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP), maka radio Jodhipati FM segera mengajukan permohonan pengajuan izin. Seiring berjalannya waktu, radio Jodhipati FM melakukan perubahan *positioning* dengan menyiarkan wayang kulit atas tingginya permintaan pendengar. Hingga sekarang, radio Jodhipati benar-benar 100% meninggalkan lagu-lagu pop dan meninggalkan siaran berbahasa Indonesia.

Perubahan *positioning* menuju radio budaya tidak selamanya berjalan mulus. Beberapa kali radio Jodhipati FM mengalami kesulitan. Kesulitan paling rumit adalah ketika program-program siaran budaya ditolak oleh KPID Jatim ketika mengajukan perpanjangan IPP.

*“Pengalaman unik kami alami, sewaktu mengajukan perpanjangan IPP di tahun 2017 ini. Pada saat tahapan evaluasi dengar pendapat, siaran bahasa Jawa kami dilarang karena melanggar P3/SPS oleh KPID Jawa Timur. Namun kami tetap bersikukuh untuk mempertahankan identitas radio Jodhipati sebagai radio budaya Jawa. Akhirnya ditemukan jalan tengah, bahwa Bahasa Indonesia digunakan pada saat opening siaran pagi hari dan closing siaran malam hari.”*<sup>1</sup>

Kesulitan lain adalah ketersediaan materi siaran budaya, terutama wayang kulit, lagu langgam Jawa (karawitan) dan ketoprak. Konsekuensi dari pilihan *positioning* radio budaya adalah kewajiban manajemen untuk mengumpulkan sebanyak mungkin materi.

*“Kami berburu kaset-kaset lama, kepingan CD dan VCD ke dua daerah pusat kebudayaan Jawa, yaitu di Solo dan Yogyakarta. Kami keluar masuk pasar tradisional, singgah di berbagai penjual VCD dan CD di lapak-lapak yang tersebar di emperan-emperan pelosok kota Solo dan Yogyakarta. Kami juga berburu di internet, terutama Youtube untuk mengundung ribuan materi. Dan sekarang kami tidak khawatir tentang kecukupan materi, karena kami juga bekerjasama*

---

<sup>1</sup> Keseluruhan narasi hasil wawancara ini dilakukan dengan mas Dony (direktur) di kantor radio Jodhipati FM dan di kediaman Bapak Sumadi, tokoh Budaya Nganjuk (penyiar pertama berbahasa Jawa sekaligus *programmer* untuk beberapa acara budaya di radio Jodhipati FM). Mas Dony adalah putra dari Bapak (alm.) Joko, pendiri dan pemilik pertama radio Jodhipati FM.

*dengan event organizer (EO) penyelenggara pagelaran wayang kulit di karesidenan Kediri, Madiun hingga Jombang. Kami berusaha menawarkan posisi sebagai media partner satu-satunya yang memiliki hak untuk merekam dan menyiarkannya.”*

Setelah kesulitan materi berhasil diatasi, radio Jodhipati FM mendapatkan tantangan baru, yaitu mengembangkan usahanya sebagai event organizer (EO) pagelaran wayang kulit.

*“Alhamdulillah terobosan ini sudah berjalan bertahun-tahun dan sejak 7 tahun terakhir, kami memiliki bidang bisnis lain yaitu EO pagelaran wayang kulit. Berawal dari keinginan berburu materi siaran, kami malah mendapatkan banyak keuntungan secara finansial menjadi EO pagelaran wayang kulit. Wilayah usaha kami sekarang meluas hingga Blitar, Mojokerto, Tuban, Lamongan dan pernah di Surabaya. Keuntungan yang diperoleh bukan hanya dari fee sebagai EO, tapi juga kami lebih mudah mendapatkan iklan dari pihak sponsor pagelaran wayang kulit.”*

Kesulitan lain radio Jodhipati FM adalah mendapatkan penyiar yang bukan hanya memahami budaya Jawa, melainkan harus bisa bertutur dengan *Boso Kromo Inggil* (bahasa Jawa halus). Untuk mengatasi kesulitan ini, rekrutment penyiar dilakukan dengan mengundang para guru Bahasa Jawa dari sekolah-sekolah di Kabupaten Nganjuk menjadi penyiar tetap diluar jam mengajar.

*“Penyiar pertama berbahasa Jawa di radio ini adalah Pak Sumardi, beliau ini pensiunan PNS. Awalnya bekerja dinas pendidikan dan kebudayaan Kabupaten Nganjuk kemudian menjelang pensiun menjadi pegawai sekretariat daerah Kabupaten Nganjuk di bagian protokoler dan humas.”*

Kisah sukses radio Jodhipati FM mengatasi berbagai kesulitan, tidak berhenti hingga disitu. Tantangan berikutnya adalah kehadiran teknologi internet dan Facebook. Sejak awal radio Jodhipati FM sudah menganggap internet sebagai peluang untuk mengembangkan diri. Namun saat itu, belum tau akan dimanfaatkan untuk apa. Perubahan berawal dari inisiatif salah seorang penyiar radio Jodhipati FM untuk mengikuti trend dengan membuat akun Facebook. Akun Facebook radio Jodhipati FM yang resmi meluncurkan: <https://www.Facebook.com/pages/Studio-Radio-Jodhipati-Fm/1521121951513546>



**Gambar 13.** Akun Facebook pertama yang dibuat oleh radio Jodhipati FM, bertahan hingga tahun 2016

Kemudian membuat akun Facebook yang baru pada akhir tahun 2016 <https://www.Facebook.com/Jodhipati-FM-296660877762084/> yang dilengkapi fasilitas siaran *live streaming* pada bulan Agustus 2018.





**Gambar 14.** Tampilan akun Facebook radio Jodhipati FM untuk live streaming <https://www.Facebook.com/Jodhipati-FM-296660877762084/>, dengan motto *Mirsani ingkang panjenengan midangetaken* (tonton yang anda dengarkan).

*“Setelah Facebook diluncurkan, barulah kami menyadari potensi pendengar radio Jodhipati FM yang menyukai siaran budaya, terutama wayang kulit. Ternyata penggemar wayang kulit tersebar luas bukan hanya di Nganjuk dan sekitarnya. Pendengar-pendengar tersebut banyak memberi masukan lewat komen di faceook, mereka berharap radio Jodhipati segera membangun sistem siaran streaming agar bisa didengar melintasi batasan wilayah Nganjuk dan sekitarnya. Akhirnya teknologi streaming itu kami bangun, ternyata biayanya tidak mahal. Tergantung lebar bandwidth dan jumlah gadget yang terkoneksi dengan server kami untuk streaming siaran. Pada awalnya kami hanya membuka 50 koneksi. Tapi sekarang dengan jumlah terkoneksi 200 gadget, server kami kewalahan, streamingnya sudah terputus-putus.”*

Kondisi terkini, radio Jodhipati semakin mengukuhkan dirinya sebagai radio budaya lokal yang melayani pendengar budaya Jawa secara global. Tambahan informasi terbaru, secara resmi Jodhipati FM membangun kanal di Youtube (<https://www.Youtube.com/channel/UCUuZjxuvC3XvPIrV9M30QLw>) bernama “Jodhipati FM” pada tanggal 6 Agustus 2019.



**Gambar 15.** Kanal Youtube resmi Radio Jodhipati FM

Kemudian secara resmi melakukan integrasi siaran *live streaming* di Youtube dengan Facebook pada tanggal 26 Nopember 2019. Dengan mengunggah konten yang diproduksi sendiri (*in-house*) berupa drama-drama singkat yang berisikan cerita masalah kehidupan sehari-hari, dikemas dalam majas sindiran, kritik, ironi dan humor. Kanal Youtube ini nantinya secara resmi akan menggantikan aplikasi *streaming* yang ada di laman web <http://jodhipatifm.co.id/>.

Pada setiap proses perubahan radio Jodhipati FM, selalu ada satu faktor yang memiliki peran vital, yaitu pendengar. Pendengarlah yang memberi masukan, mengoreksi, menuntut dan memberikan

solusi pada setiap tahap perubahan tersebut. Proses mediamorfosis selengkapnya dapat dilihat pada gambar berikut:



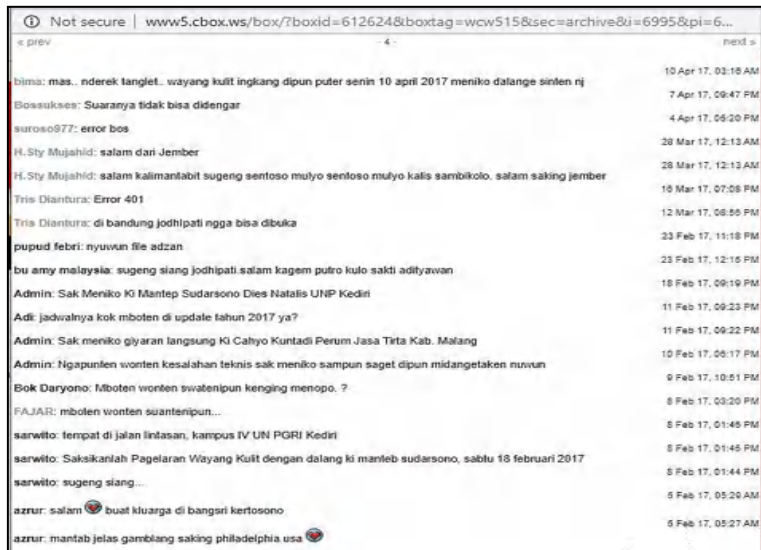
**Gambar 16.** Proses Mediamorfosis Radio Jodhipati FM (sumber: data primer yang diolah)

*Streaming* radio Jodhipati FM diletakkan pada laman web resminya <http://jodhipatifm.co.id/> di sisi sebelah kiri terdapat keterangan *streaming* dan grafik batang yang bergerak naik turun, menandakan bahwa siaran sedang berlangsung. Seketika memasuki laman tersebut dari laptop maupun telepon seluler, siaran Jodhipati FM langsung dapat didengarkan.



**Gambar 17.** Tampilan laman web resmi radio Jodhipati FM, <http://jodhipatifm.co.id/>

Pada sisi bagian kanan halaman utama laman web tersebut, juga disediakan *chat room* atau ruang obrolan yang diberi nama “*jagongan*” sebagai ruang obrolan antara pendengar dengan admin. Dari ruang obrolan itulah diperoleh data asal lokasi para pendengar radio Jodhipati FM. Pendengar Jodhipati FM secara sukarela akan mengakui asal kotanya, laporan kejernihan, gangguan, jadwal pagelaran wayang terbaru.



**Gambar 18.** Chat di laman web *streaming*, pendengarnya dari berbagai kota hingga Philadelphia, Amerika Serikat.

Gambar 18 menunjukkan obrolan di *chat room* yang ada di laman web Jodhipati FM, isinya menyampaikan berbagai tema (perkenalan, lokasi asal, penerimaan siaran, salam, dan sebagainya). Salah satu pendengar streaming Jodhipati FM tinggal di kota Philadelphia, Amerika Serikat.

*Streaming* yang disediakan oleh radio Jodhipati FM juga diberikan melalui *mobile application* yang dapat diunduh melalui *playstore* bagi pemilik telepon seluler dengan sistem operasi android.

Selain itu, *streaming* di Jodhipati FM juga dilakukan dalam format video. Yaitu pada saat siaran melakukan live *streaming*. Awalnya dilakukan dengan sederhana melalui kamera telepon seluler yang tersambung di studio siaran. Namun dalam perkembangannya semakin digarap serius dengan menggunakan *handycam*. Live *streaming* dilakukan untuk siaran studio maupun liputan *outdoor*.



**Gambar 19.** Aplikasi *streaming* radio Jodhipati FM dapat diunduh di playstore:

[https://play.google.com/store/apps/details?id=appinventor.ai\\_nurceper1.RADIO\\_JODHIPATI&hl=en](https://play.google.com/store/apps/details?id=appinventor.ai_nurceper1.RADIO_JODHIPATI&hl=en).



**Gambar 20.** Suasana siaran *streaming* program SAMPUR (Sangu Makaryo Purih Rahayu) dari dalam studio radio Jodhipati FM



**Gambar 21.** Siaran *streaming* liputan berita pada kegiatan Gebyar Membatik dan Fashion Show, di alun-alun Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk.

Dibandingkan radio budaya lainnya, radio Jodhipati FM merupakan radio yang terbukti sangat melayani kebutuhan para pendengarnya agar mudah diakses. Hampir semua lini media komunikasi yang memanfaatkan internet, dibuatkan saluran agar pendengar dapat berkoneksi, berkomunikasi, berinteraksi dan berpartisipasi dengan institusi radio Jodhipati FM secara keseluruhan (direktur, *programmer*, produser dan penyiar).

## **BAB 6**

### **RADIO JODHIPATI FM DAN PERANNYA DALAM PELESTARIAN BUDAYA JAWA**

#### **6.1 Radio Jodhipati FM sebagai Radio Budaya Jawa**

Radio budaya adalah radio-radio siaran swasta yang menyampaikan siarannya dengan menggunakan bahasa lokal sebagai bahasa pengantar serta isi siarannya lebih banyak menyiarkan lagu-lagu dan musik lokal. Kemampuan radio budaya untuk mampu bertahan di tengah ketatnya persaingan bisnis radio, pantas mendapatkan apresiasi.

Konsistensi radio-radio budaya untuk tetap bersiaran menggunakan bahasa lokal, musik dan lagu berbahasa lokal di tengah masyarakat Indonesia yang multi-etnik merupakan upaya untuk mempertahankan identitas budaya. Pada struktur masyarakat multi-etnik yang memiliki fenomena kebahasaan *bilingualisme* dan *multilingualisme* dapat berpotensi memunculkan persegeran dan perubahan bahasa (Brenzinger, 2007). Pergeseran dan perubahan bahasa dapat mengancam keberadaan bahasa lokal yang memiliki masyarakat penutur asli yang jumlahnya minoritas. Apabila kemampuan bertahan masyarakat penutur bahasa lokal tersebut rapuh, dapat berpotensi berubah dan mengikuti bahasa penutur mayoritas (dominan). Dampaknya penutur bahasa lokal akan meninggalkan bahasanya dan terjadilah kepunahan bahasa. Kepunahan bahasa dampaknya adalah pada kepunahan budaya (Fernando et al., 2010; Wamalwa & Oluoch, 2013). Radio-radio yang bersiaran dengan bahasa-bahasa lokal dapat menjadi penangkal kepunahan bahasa (Almurashi, 2017; Dudley, 2019; Hoffmann, 2009).

Mempertahankan terjaganya bahasa lokal salah satu langkah melindungi kebudayaan. Karena bahasa adalah bagian dari kebudayaan. Bahasa adalah bentukan budaya sebagai hasil interaksi masyarakat dengan lingkungannya (Sapir, 1970). Dengan mem-



pelajari bahasa, kita dapat mempelajari kebudayaan suatu masyarakat (Salzmann, 2004).

Keberanian suatu radio untuk bersiaran menggunakan bahasa lokal, dapat menunjukkan identitas dari satu daerah dan menjadikan radio tersebut memiliki daya tarik yang khas (Durant & Lambrou, 2009). Radio diakui memiliki peran lebih efektif dibandingkan media massa lainnya, untuk pelestarian bahasa dan budaya daerah (Khan et al., 2017; Mu-azu & Shivram, 2017; Odine, 2013; Zahedi et al., 2013). Kelebihan radio untuk pelestarian bahasa dan budaya adalah pada penggunaan bahasa tutur untuk siaran (Hicks, 2013; Lalima, 2013).

Pendengar radio lebih memahami tentang cara pengucapan dan variasi bahasa lainnya dari bahasa tutur, dan itu tidak kita dapatkan dalam bahasa tulis.<sup>2</sup> Bahasa tutur menjadi alat utama dalam menyampaikan isi siaran kepada pendengar radio. Bahasa tutur dapat memperkuat karakter radio sehingga dapat menumbuhkan kedekatan emosional radio dengan pendengarnya. Pesan yang disampaikan oleh penyiar, akan lebih mudah dipahami oleh pendengar melalui penggunaan intonasi dan variasi bahasa. Kejelasan intonasi dan gaya bahasa dapat melenyapkan ambiguitas makna (Crisell, 1994).

Bahasa tutur yang menjadi ucapan penyiar menjadi rujukan untuk digunakan oleh pendengar radio (Akanbi & Aladesanmi, 2014; Herbert, 1988; Vagle, 1991). Bahasa tutur penyiar memiliki posisi penting untuk memahami bahasa lokal. Karena melalui bahasa tutur penyiar, pendengar radio dapat mengetahui, memahami dan memproduksi kembali gaya bahasa dan variasi bahasa lokal. Gaya bahasa dan variasi bahasa lokal lebih cepat dapat dipahami dari bahasa tutur dibandingkan bahasa tulis (Zhang, 2013). Semakin sering pendengar radio mendengarkan suatu bahasa lokal, mereka

---

<sup>2</sup> Wawancara dengan kang Juwono, Budayawan Using. Bersama mas Luki menggagas program radio “Geredoan” yang bisanya menyebut pantun dengan “wangsalan” yang telah diubah menjadi “Basanan”

dapat lebih mengenal bahasa lokal tersebut daripada bahasa lainnya, bahkan bahasa yang lebih dominan (Mu-azu & Shivram, 2017; Vagle, 1991).

Menurut perspektif komunikasi budaya, proses penyampaian konten siaran kepada pendengar (komunikasi) merupakan sebuah pertukaran kebudayaan. Dalam pertukaran budaya tersebut menggunakan bahasa sebagai salah satu unsur kebudayaan. Sebagaimana ditegaskan bahwa tanpa kebudayaan, maka komunikasi tidak mampu hidup. Keduanya saling hadir dan saling tergantung. Perubahan pada komunikasi, akan menyebabkan perubahan budaya. Demikian pula sebaliknya. (Morin, 2013). Kebudayaan berkaitan erat dengan norma-norma, tradisi dan adat istiadat dalam sebuah lingkungan sosial yang menjadi tempat keberadaannya. Kebudayaan merupakan keseluruhan sistem ide, tindakan, hasil karya manusia yang menjadi milik manusia dalam lingkungan kehidupan masyarakat (Koentjaraningrat, 2009).

Untuk mempertahankan dan melestarikan kebudayaan, radio dapat digunakan sebagai media untuk menjembatani antara kebudayaan dan masyarakat. Cara yang ditempuh adalah dengan mengandalkan kesetuhan program siaran radio dengan menggunakan bahasa lokal tertentu yang ditujukan kepada pendengar beridentitas budaya lokal tertentu (Forde et al., 2002; Payton, 2013). Hal ini didasari pemahaman bahwa budaya tidak hanya menentukan siapa saja yang bicara, apa yang dibicarakan, bagaimana orang memaknai pesan, dan konteks pertukaran pesan. Namun, seluruh perilaku komunikasi kita tergantung pada budaya tempat kita berada. Konsekuensinya, untuk menysasar masyarakat beridentitas budaya tertentu, kita gunakan bahasa sesuai budaya itu. Namun untuk menysasar masyarakat dengan budaya beragam, maka beragam pula praktik-praktik bahasa dan komunikasi yang digunakan (Wahyuningtyas et al., 2021).

## 6.2 Pengaruh Internet dan Relasi Kerja di Radio Jodhipati FM

Internet turut mempengaruhi hubungan sosial antara pendengar dengan institusi radio. Proses menyiarkan, mendengarkan dan mengiklankan tidak berubah. Bentuknya dan wadahnya yang berubah (virtual). Bentuk atau wadah yang berubah berdampak pada perubahan hubungan sosial. Hubungan sosialnya tidak berubah, tetapi arah dan strukturnya kemungkinan berubah. Hubungan pendengar dengan penyiar tidak berubah, yang berubah adalah arah dan strukturnya. Jika dulu hanya searah dari penyiar ke pendengar tanpa umpan balik langsung, sekarang menjadi dua arah dan partisipatif. Hubungan radio dengan pengiklan tidak berubah, yang berubah adalah tempat dan bentuk iklannya. Jika dulu radio menjual program dan pengiklan membeli “lamanya waktu”. Sekarang radio penjual program dan tempat beriklan (*Facebook, Twitter, Youtube, Instagram*), sedangkan pengiklan membeli waktu (durasi iklan), jenis (teks, foto, video) dan tempat (*Facebook, Twitter, Youtube, Instagram*).

Melihat semakin luasnya tempat beriklan, memberi kemungkinan makin memperkuat rasionalisasi kapitalisme dan memperluas skala atau wilayah operasi kapitalisme. Menariknya radio Jodhipati FM yang berlokasi di kawasan suburban (pedesaan) dan melayani pendengar yang sebagian besar bukan kategori kaya. Tetapi semua konten siaran dan pilihan tempat beriklan dibuat secara serius dan bagus karena menyasar pendengar pada segmen menengah keatas, yaitu mereka yang memiliki uang untuk membayar paket data.

Hal itu dapat dilihat dari fakta di radio Jodhipati FM Jumlah koneksi pada Facebook dan Youtube saat siaran *streaming* tidak terlalu banyak, tetapi koneksi melalui aplikasi streaming di android selalu mencapai jumlah koneksi maksimal (200 koneksi). Belum lagi jumlah pendengar melalui perangkat radio analog (transistor) yang tidak dapat dihitung. Sebagaimana peneliti amati ketika berlangsung siaran langsung wayang kulit dan Sariraja di Jodhipati

FM, banyak warung kopi, pangkalan becak, bengkel-bengkel, lapak-lapak di pasar tradisional yang mendengarkan (*tune-in*) pada program-program siaran tersebut.



**Gambar 22.** Pagelaran wayang kulit sebagai kegiatan *off-air* radio Jodhipati FM, di gandakan manfaatnya sebagai konten siaran *on-air streaming*.

Apabila melihat struktur pendanaan operasional, maka radio Jodhipati FM sebagai radio budaya, memiliki mobilitas modal besar dan mapan. Laba perusahaan tidak sepenuhnya mengandalkan iklan tetapi pada sponsor pada kegiatan *off-air* dan keuntungan dari pelaksana kegiatan (*event organizer*). Hubungan struktur dalam perusahaan radio juga mempengaruhi inovasi dan pendapatan. Sebagaimana yang ditunjukkan di radio Jodhipati FM. Hubungan kerja antara pemilik, manajemen dan pekerja kreatif tidak terlalu kaku, instruktif dan birokratis. Di radio Jodhipati FM, hubungan antar struktur selayaknya teman. Setiap ada diskusi tentang program berlangsung setara. Semua menjadi ujung tombak pemasaran bahkan komisaris turut bekerja menjalin relasi untuk menggaet sponsor.

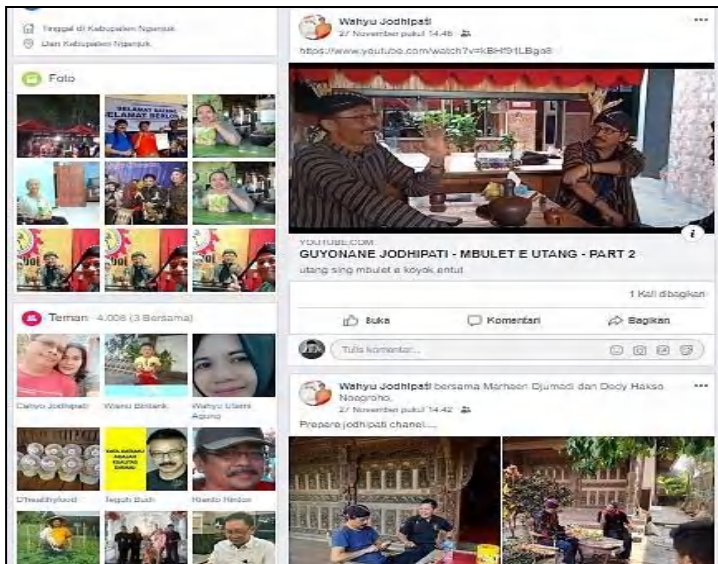


**Gambar 23.** Kegiatan pesta pasar rakyat kecamatan Tanjunganom, radio Jodhipati FM dipercaya sebagai *event organizer*.

Direktur sebagai pimpinan manajemen perusahaan, memiliki keyakinan bahwa apabila fasilitas kerja diperbaiki, akan membuat kenyamanan dalam bekerja sehingga produktivitas dan kreativitas meningkat. Sebagaimana dapat dilihat dari terkoneksiya semua komputer di seluruh bagian studio dengan internet. Dan pekerja-pekerja baru (penyiar-penyiar muda) dapat memaksimalkan kemampuannya untuk bekerjasama dengan *programmer* dan pendengar loyal dalam merancang dan mengeksekusi berbagai kreasi program.

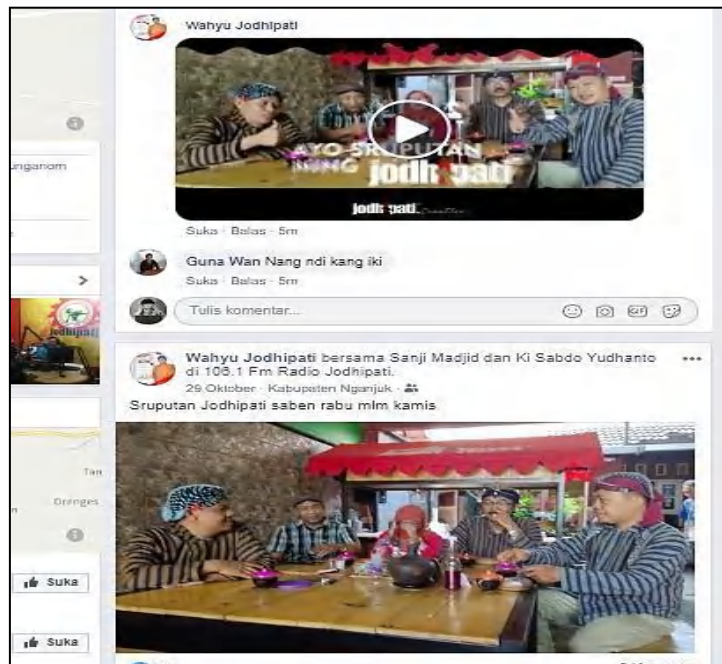


**Gambar 24.** Kedekatan hubungan kerja dalam persiapan kegiatan pagelaran wayang kulit di Solo. Mas Wahyu (komisaris) bersama para *crew*, turut mempersiapkan segala keperluan.



**Gambar 25.** Kreasi dari *programmer*, penyiar baru, pendengar loyal yang bekerja secara kolaboratif membuat video drama sebagai konten *live streaming*

Satu hal yang menarik tentang penentuan platform komunikasi di internet yang digunakan oleh radio Jodhipati FM. Pendengar radio menunjukkan kekuasaannya. Pada setiap tahapan pemanfaatan teknologi, pendengar radio memiliki peran sentral dalam mengusulkan dan mengembangkan jenis media komunikasi apa yang selayaknya dikembangkan oleh radio Jodhipati FM.



**Gambar 26.** Acara Sruputan Jodhipati dimodifikasi menjadi program baru yang layak jual. Program ini merupakan perwujudan ruang publik karena pejabat dan rakyat dapat berinteraksi tanpa batas, dimoderatori oleh penyiar senior bahkan mas Wahyu menjadi aktor dalam diskusi tersebut.

Usulan-usulan pendengar didengarkan oleh komisaris dan direktur pada kegiatan sruputan tiap rabu malam atau undangan ngopi bersama di rumah pendengar loyal atau saat nongkrong bersama di rumah mas Wahyu yang berada di sebelah studio. Rumah tersebut dijadikan *jujukan* para sanak kadang Jodhipati FM.

Ketika usulan dan desakan pendengar loyal tersebut diwujudkan dengan penyediaan teknologi-teknologi. Sesungguhnya ini dapat membuat radio budaya sebagai ruang partisipatif yang *indigenous* sekaligus sebagai ruang penjualan dan ruang konsumsi.



**Gambar 27.** Kegiatan kumpul dadakan semacam ini, biasanya malah menentukan arah radio Jodhipati FM. Mereka yang datang adalah para pendengar loyal dan sahabat karib mas Wahyu dan mas Doni. Lokasi ini berada di pekarangan samping rumah mas Wahyu. Tidak pernah kehabisan kopi panas dan cemilan.

Semakin banyak pendengar yang berminat mendengarkan dan semakin banyak peserta diskusi yang muncul, semakin besar potensi kapital yang dapat diraup. Radio Jodhipati telah membuktikan dengan siaran wayang kulit dan mengembangkan ruang dialog publik dengan acara “Sruputan Jodhipati” yang dalam dua tahun secara signifikan telah mendatangkan pengiklan dan sponsor. Beberapa sponsor adalah Jasa Raharja, Samsat, Dealer Motor, BPR hingga provider telekomunikasi GSM (Telkomsel).



Pada perjalanannya, pengiklan mampu memanipulasi popularitas program untuk kepentingan pengiklan atau sponsor, dan beberapa tema *Sruputan Djodhipati* benar-benar berubah sebagai ruang untuk menjual dan bukan ruang partisipasi yang demokratis.



**Gambar 28.** Dominasi sponsor yang dikemas dalam bentuk barter, sesungguhnya menentukan konten program Jodhipati FM sebagai penyedia ruang publik.

### 6.3 Pemanfaatan WhatsApp Grup Sanak Kadang Jodhipati

Perkembangan komunikasi di media radio telah mengalami transformasi penting sejak mengadopsi platform digital interaktif, dan beberapa banyak peneliti yang menganggap radio sebagai media yang paling banyak berubah sebagai akibat dari partisipasi khalayak (Ala-Fossi et al., 2008; Berry, 2014; Gordon, 2012; Johansen, 2010; Tacchi, 2000). Partisipasi khalayak dalam pemrograman radio dimulai sejak komunikasi dilakukan secara tradisional dengan menggunakan perangkat telepon. Kegiatan telepon interaktif tersebut disiarkan langsung atau tunda. Saat ini pola komunikasi interaktif dengan telepon tersebut masih bertahan dan berbagi dengan media sosial *online*.

Saat itu pula, radio mengalami transformasi dari media searah menjadi terbuka untuk dialog *on-air*. Kemajuan teknologi baru telah memfasilitasi komunikasi dua arah antara stasiun radio dengan pendengar melalui percakapan dan bentuk interaksi lainnya. Radio pun berbenah diri dengan menggunakan berbagai strategi untuk menarik perhatian para pendengarnya, apalagi sekarang radio menjadi penghuni dunia virtual sebuah lingkungan yang sangat terhubung. Sehingga pilihan menggunakan media sosial merupakan jalan terbaik.

Salah satu platform komunikasi interaktif yang paling berkembang pesat adalah aplikasi pesan instan WhatsApp. Keunggulannya karena membutuhkan memori kecil dan dapat segera dipasang pada telepon seluler dengan sistem operasi apapun. WhatsApp diluncurkan pertama kali pada 2009. Sebuah aplikasi yang memungkinkan terjadinya pertukaran pesan instan di antara pengguna *smartphone*. Lima tahun kemudian, Facebook membeli aplikasi tersebut seharga 21,8 billion dolar (Deutsch, 2019). WhatsApp dapat diunduh secara gratis dan dapat digunakan di semua *smartphone*, *tablet*, dan di *World Wide Web*. Dan khusus bagi radio, aplikasi ini digunakan sebagai saluran tambahan untuk distribusi informasi, dan WhatsApp adalah partner radio yang paling hebat

sebagai media untuk memfasilitasi partisipasi khalayak (Holton et al., 2016).

Paling menarik untuk dibahas adalah grup WA *Sanak Kadang* Jodhipati. Secara maknawi, *Sanak Kadang* adalah dua kata yang memiliki kemiripan arti yang dipakai secara bersamaan. *Sanak* *Kadang* adalah kata majemuk dari Bahasa Jawa yang memiliki arti sekumpulan orang yang terikat karena persaudaraan atau keluarga (*sanak*) dan karena pertalian darah langsung (*kadang*).<sup>3</sup> Konsepsi hubungan kekerabatan dalam keluarga Jawa ini diadopsi ke dalam grup WhatsApp.

Kata *Sanak Kadang* meskipun berasal dari bahasa lokal dan memiliki arti sebagai hubungan kekerabatan yang tradisional, sesungguhnya kini telah menjadi hubungan kekerabatan yang modern. Karena hubungan kekerabatan tersebut berada pada wadah dan bentuk baru yaitu *group* WhatsApp. Mereka yang menjadi anggota grup adalah anggota komunitas virtual sebagai masyarakat jaringan.

Apabila membahas komunitas-komunitas sosial, termasuk komunitas virtual sebagaimana grup WhatsApp, sangat relevan untuk menggunakan teori *Modern Society* dari George Simmel (1858-1918). Seorang pemikir sosiolog yang orisinal, mudah dicerna, bahasa sederhana dan cerdas.

Terdapat dua buku teksnya yang hingga kini menjadi bacaan wajib untuk mereka yang ingin memikirkan hubungan antara identitas dan kota (*the identity and city*). Kedua buku tersebut adalah: *Die Großtadte und das Geistesleben (The Metropolis and Mental Life)* diterbitkan pada tahun 1903, dan *Exkurs tiber den Fremden (The Strangers)* terbit tahun 1908. Seratus tahun setelah masa Simmel, kita masih relevan untuk melakukan pembaruan pemahaman tentang hubungan antara identitas dan kehidupan kota di era teknologi informasi. Fakta Fakta-fakta yang dipaparkan dalam bab ini

---

<sup>3</sup> Penjelasan dari pak Sumadi alias Ki Soma, tokoh Budaya Jawa dan penyiar senior radio Jodhipati FM, Wawancara 25 Juni 2021

menunjukkan kehadiran bentuk sosiologis baru dari konsep “*the strangers*” (orang asing) untuk memahami metropolis. Metropolis dimaknai sebagai sebuah struktur yang dengan sendirinya masih merupakan struktur sosial yang secara historis berkumpul secara terbuka, meski terdapat banyak arus yang saling berlawanan. Metropolis dalam konteks sekarang adalah komunitas-komunitas virtual yang hidup berjaringan atau *networked society*.

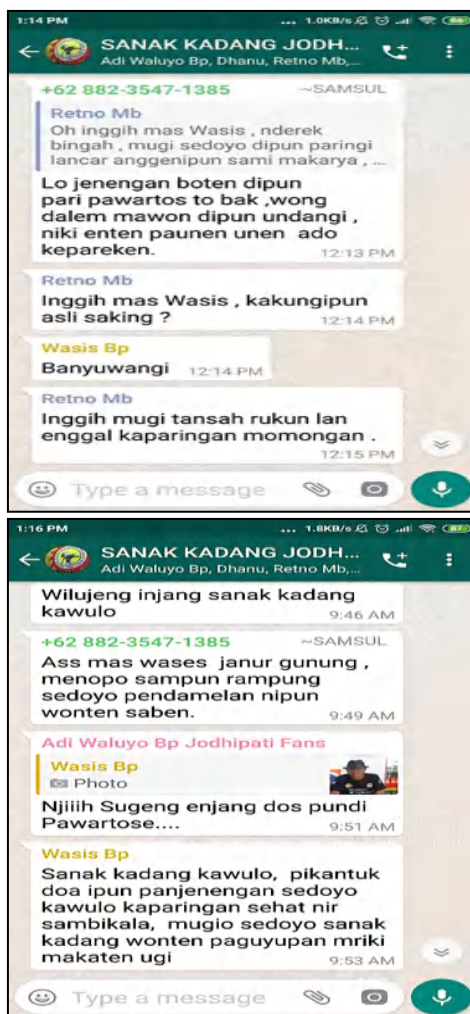
Untuk memahami struktur sebuah kota metropolis atau *networked society*, kita harus fokus pada interaksinya, yaitu interaksi antara teknologi informasi dan lingkungan yang terbangun disekitarnya. Apa yang membuat pemikiran Simmel relevan adalah sifat interaksi ini. Interaksi dalam hubungan yang kompleks antara individu dan masyarakat. Hubungan ini yang umumnya dipelajari para sosiolog. Dengan pertanyaan-pertanyaan mendasar: apa yang menyatukan masyarakat, apa yang menjadikan sebuah masyarakat, mengapa ada sesuatu yang baru dalam sejarah perkembangan masyarakat (Castoriadis, 1991a, 1991b)

Perkembangan dan perubahan masyarakat yang terjadi pada abad ini ditunjukkan melalui interaksi manusia sesama manusia di dalam masyarakat dan interaksi antara manusia dengan lingkungan alami yang terbentuk. Perubahan dalam masyarakat tersebut merupakan dampak luar biasa dari revolusi teknologi informasi selama dekade terakhir (revolusi industri 4.0).

Komunitas-komunitas virtual yang menjadi bentuk-bentuk relasi sosial baru dalam masyarakat akibat adopsi teknologi informasi. Terdapat beberapa aspek kunci dalam relasi tersebut (Bouchet, 1998).

- Cara manusia berinteraksi dengan manusia lain. Termasuk, interaksi dalam keluarga, interaksi dalam kelompok sosial, interaksi dengan orang asing, interaksi dalam organisasi kerja. Juga, tujuan berinteraksi. Apakah pencitraan dari identitas negatif, *motivasi leisure*, pencarian status, dan penjagaan peran.

- Cara orang berinteraksi dengan barang. Termasuk produksi barang dan jasa, distribusi barang dan jasa, konsumsi barang dan jasa.
- Cara orang berinteraksi dengan waktu dan ruang. Termasuk melalui perjalanan dan komunikasi.
- Cara orang berinteraksi dengan lembaga, seperti organisasi politik, sekolah, atau otoritas publik.



**Gambar 29.** Tampilan Grup WhatsApp pendengar loyal radio Jodhipati FM yang diberi nama “Sanak Kadang Jodhipati”

Jika kita mengacu pada pernyataan Simmel seratus tahun yang lalu, bahwa ‘pikiran modern menjadi semakin dan semakin berhitung’ dan bahwa ‘kehidupan metropolitan yang terjadi merupakan sebab dan akibat dari sifat pikiran modern ini’ Pernyataan pertama berlaku hingga sekarang. Terkait kehidupan masyarakat jaringan, bahwa struktur kehidupan kota (*networked society*) telah mengubah perjuangan manusia untuk mendapatkan mata pencaharian. Dulu manusia hanya berjuang melawan alam, sekarang adalah perjuangan antar-manusia untuk mendapatkan mata pencaharian. Mata pencaharian tidak diberikan oleh alam tetapi oleh manusia lain. Sejalan dengan aliran kekuasaan pada definisi masyarakat jaringan yang digagas oleh Manuel Castells.

Demikian juga pada pernyataan kedua apabila dikaitkan kondisi hubungan baru antara produksi dan konsumsi. Komunitas virtual berjaringan sebagai bentuk imajiner kota modern, telah membentuk pola konsumsi baru. Bukan sekedar didasari persaingan untuk mendapatkan keuntungan. Tetapi muncul fakta baru, bahwa penjual harus selalu berusaha untuk memunculkan kebutuhan baru dan kebutuhan yang berbeda. Tujuannya untuk terus menciptakan sumber-sumber pendapatan baru yang sulit habis. Sejalan dengan gagasan Manuel Castells tentang sumber-sumber penguasaan modal di dalam jaringan. Dominasi modal dimiliki oleh mereka yang menguasai jaringan.

Bagaimana melihat perbedaan tentang metafora ‘city’ pada masa George Simmel dengan masa sekarang (Manuel Castells).

In Simmel's time (1900)	Today (2000)
Metropolis	Cybercity or Cyberpolis
Railroad	Internet
Magnet	Waves
Ground	Humus
Buildings	Networks
Funnel	Colander
Attraction	Flows
Production	Information
Craft	Faculty
Strength	Language
Energy	Knowledge
Training	Zapping
Dweller	Commuter
Settlers	Nomads
Community	Subjectivity
Univocal mirrors	Remote mirrors
Convergence	Divergence
Embracing	Sieving
Explosion	Implosion
Association	Connection
Physical space	Cyberspace
Production and exchange of goods	Circulation of knowledge
Wage labour	Initiative labour
Transport networks	Knowledge networks
Suburbs	Holes
Hinterland	Global connection
Propagations	Mutations

**Gambar 30.** Perbandingan konsepsi ‘city’ sebagai metafora di masa lalu dan masa kini (Bouchet, 1998)

Dengan mempelajari pemikiran George Simmel dikaitkan dengan kondisi saat ini, sungguh wawasannya mencengangkan di era mana pun. Terlebih ketika pemikirannya tersebut dapat diterapkan pada praktik-praktik dan hubungan sosial yang benar-benar tidak pernah ia bayangkan dapat dipertimbangkan. Pendekatan struktural Simmel ini memelopori para sosiolog pada masa berikutnya untuk mempelajari kehidupan sosial dan menelusuri akar struktur kehidupan sosial (Bryant & Peck, 2007).

Menurut Simmel, individu di masa pra industri ketika berafiliasi pada kelompok berjaringan, cenderung bersinggungan hanya dengan sejumlah kecil orang yang sama, di mana, dan kemana pun

mereka pergi. Afiliasi pada kelompok tersebut ditandai dengan pola lingkaran konsentris, karena kelompok (keluarga, lingkungan rumah) jumlahnya relatif sedikit dan terdiri dari sebagian besar orang yang sama. Lingkaran-lingkaran kelompok kecil itu suatu saat dapat luruh menjadi sebuah struktur kesatuan antar grup yang tidak terlalu beragam. Saat itu, belum hadirnya teknologi dan masih kuatnya ikatan budaya, orang tidak dapat dengan mudah melakukan perjalanan jarak jauh atau menghubungi orang lain yang jauh, sehingga membatasi keinginan dan kebutuhan. Akibatnya, individu ‘sepenuhnya diserap oleh, dan tetap berorientasi pada kelompok’ dan ‘diperlakukan sebagai anggota kelompok daripada sebagai individu’ (Chayko, 2015).

Industrialisasi yang semakin cepat (revolusi industri 4.0), dengan berbagai kemajuan dalam teknologi transportasi dan komunikasi sehingga seseorang dapat menjadi bagian (anggota) dari banyak kelompok, yang beragam, anggotanya banyak, lokasinya kadang sangat berjauhan. Sekarang, seseorang dapat (dan sudah seharusnya) berpartisipasi dalam banyak kelompok keluarga, kelompok persahabatan, kelompok pekerjaan dan kelompok yang berorientasi pada minat. Beberapa kelompok itu ada yang independen satu sama lain, tetapi ada beberapa yang saling bersinggungan. Lingkaran sosial ini mulai tumpang tindih, demikian juga informasi yang berkembang luas dengan cara dan pola yang rumit. Hingga akhirnya kelompok sosial tersebut menjadi “kisaran kombinasi individual yang tak terbatas”. (Simmel, 1955). Yang penting bagi teori ini untuk membahas fungsi grup WhatsApp adalah seseorang dapat memiliki keanggotaan dalam berbagai kelompok berbeda. Bisa jadi seseorang dalam anggota grup WhatsApp “Y” tidak memiliki posisi penting, namun dalam grup WhatsApp “Z” seseorang itu adalah penguasanya. Seseorang itu akan melakukan penyesuaian bagi banyak kelompok yang saling bersinggungan.



Bercerita tentang radio Jodhipati FM, akan lebih menarik apabila mengawalinya dari kisah suksesnya sebagai radio siaran swasta yang konsisten dengan siaran budaya Jawa. Sebuah fakta yang seringkali diabaikan oleh benak pendengarnya dan oleh sebagian masyarakat Kabupaten Nganjuk. Sebuah radio FM yang berlokasi di kecamatan Tanjunganom, pinggiran kabupaten Nganjuk. Radio ini pada awalnya tidak diperhitungkan oleh radio-radio swasta lain yang berlokasi di kawasan seputar Nganjuk, Kertosono, Kediri, Tulungagung, Jombang, Tuban, Bojonegoro dan Blitar, karena tidak mengikuti tren radio-radio swasta yang umumnya memiliki format siaran populer dengan lagu-lagu dangdut atau lagu-lagu pop Indonesia dan Barat. Radio Jodhipati FM sejak menemukan identitas yang pas sebagai radio budaya Jawa, secara konsisten tidak pernah keluar dari siaran budaya Jawa. Banyak konsultan program radio ataupun pebisnis radio di Jawa Timur yang menilai bahwa siaran budaya lokal apapun dianggap tidak menghasilkan banyak keuntungan finansial.

Radio Jodhipati FM secara fenomenal telah menjungkirbalikkan perspektif para pebisnis radio yang merendahkan kemampuan nilai jual budaya lokal tersebut. Strategi *positioning* yang tidak tergoyahkan untuk melayani kebutuhan masyarakat terhadap siaran budaya Jawa, justru menjadikan radio Jodhipati FM paling dikenal utamanya di kawasan Nganjuk, Kertosono, Kediri dan Jombang. Siaran wayang kulit adalah program unggulan yang selalu dinanti para pendengarnya. Sayangnya, tidak diketahui jumlah pendengar radio Jodhipati FM secara pasti.

Manajemen radio Jodhipati FM bersikukuh tidak bersedia menyewa lembaga riset atau membeli data dari lembaga riset media.<sup>4</sup>

*“Data jumlah pendengar dari lembaga-lembaga riset media bukan jaminan akurasi jumlah pendengar yang sesungguhnya”*

---

<sup>4</sup> Data jumlah pendengar dari lembaga-lembaga riset media bukan jaminan akurasi jumlah pendengar yang sesungguhnya

*nya. Selain itu, biayanya membeli datanya juga mahal. Daripada duit dipake untuk beli data, lebih baik saya berikan untuk kesejahteraan penyiar-penyiar dan karyawan. Data lembaga riset media itu tidak penting bagi kami. Ukuran besarnya pendengar kami nilai justru dari kepercayaan para pengiklan. Mereka inilah yang memberitahu kami, bahwa siaran kami disukai di daerah-daerah pelosok seperti Ngoro (Jombang), Wates dan Pare (Kediri), Lengkon (Kertosono), Diwek (Jombang), Saradan (Caruban). Setiap siaran langsung wayang kulit, pengiklanlah yang datang ke kami. Sponsor juga lebih mudah diperoleh. Jadi ukuran besarnya pendengar kami adalah banyaknya iklan yang masuk dan mendukung siaran wayang kulit kami.”<sup>5</sup>*

Salah satu kunci sukses radio Jodhipati FM untuk terus mendapatkan keuntungan finansial adalah dengan melibatkan para pelaku budaya untuk mengisi program siarannya. Para pelaku budaya itu antara lain: dalang, waranggana, guru Bahasa Jawa yang pandai menyanyi *macapat* dan penabuh gamelan. Seringkali para pelaku budaya tersebut diundang untuk menjadi narasumber tamu atau *co-host* (pendamping penyiar utama) atau malah diberi program siaran sendiri.

Satu kebijakan terbaik yang dilakukan radio Jodhipati FM adalah memiliki komitmen untuk mengorbitkan dalang-dalang lokal (berasal dari 12 daerah yang berada dalam cakupan siaran, yaitu: yaitu Kab. Nganjuk, Kab. Jombang, Kab. Mojokerto, Kab. Lamongan, Kab. Kediri, Kota Kediri, Kab. Bojonegoro, Kab. Ngawi, Kab Madiun, Kota Madiun, Kota Blitar dan Kab. Blitar) yang namanya jarang dikenal masyarakat. Dalang-dalang lokal tersebut kurang terkenal karena memang jarang mendapatkan *tanggapan* (dibayar untuk pagelaran wayang kulit) untuk berbagai

---

<sup>5</sup> Wawancara dengan mas Doni Widodo, Direktur Radio Jodhipati FM, 22 Juni 2021.

acara seperti ruwatan, pernikahan, sunatan ataupun bersih desa. Setiap ada pagelaran wayang kulit oleh dalang lokal, radio Jodhipati FM berinisiatif menawarkan diri untuk merekamnya atau menyiarkannya secara langsung. Melalui siaran yang dilakukan oleh radio Jodhipati FM, para dalang ini kemudian berhasil eksis dan dikenal. Penawaran jasa siaran yang dilakukan oleh radio Jodhipati FM tentu mendapatkan timbal balik meskipun sangat sederhana, biasanya para dalang tersebut ketika melakukan pementasan wayang kulit dimohon untuk melakukan promosi program-program dan kegiatan-kegiatan radio Jodhipati FM.<sup>6</sup> Yang sering terjadi, tidak ada ikatan kerjasama tertulis yang dilakukan antara pihak manajemen radio dengan para dalang lokal tersebut. Pihak manajemen radio hanya menyiapkan materi tertulis dalam beberapa lembar kertas sebagai bahan untuk dipromosikan oleh dalang. Para dalang maupun pemilik hajatan tidak perlu membayar apapun ke pihak Jodhipati FM. Manajemen radio hanya meminta agar diberikan hak eksklusif untuk menyiarkan di radio Jodhipati FM dan mencarikan sponsor dan iklan selama siaran berlangsung.

Siaran radio Jodhipati FM saat ini dapat dinikmati masyarakat Jawa Timur bukan hanya dalam radius 200 KM. Kecanggihan teknologi komunikasi memungkinkan siaran radio Jodhipati FM dapat didengarkan oleh peminat budaya Jawa di berbagai negara melalui teknologi audio *streaming*.<sup>7</sup> *Streaming* tentu saja membawa manfaat bagi kedua pihak, pendengar dan institusi radio. *Streaming* radio melalui internet membuat harapan peminat budaya Jawa di berbagai negara untuk mendapatkan hiburan *klangenan* langgam Jawa dan dapat diwujudkan. Bagi institusi, *streaming*

---

<sup>6</sup> Peneliti membuktikan sendiri bagaimana para dalang memanfaatkan promosi tersembunyi melalui kalimat-kalimat yang disuarakan melalui tokoh-tokoh wayang ketika berdialog. Atau promosi terang-terangan ketika pementasan memasuki babak “*goro-goro*” (guyonan para tokoh punakawan dengan melibatkan pelawak).

<sup>7</sup> *Streaming* radio Jodhipati FM dibuat oleh Nur Kholis, staf ahli di bidang IT.

melalui internet menjadikan jangkauan siaran menjadi tidak terbatas. Sehingga radio Jodhipati FM memiliki keunikan tambahan, yaitu radio bermuatan budaya lokal ditujukan bagi pendengar global.<sup>8</sup>

Era konvergensi media memberikan berbagai alternatif media yang dapat dimanfaatkan untuk melestarikan sekaligus mengembangkan budaya lokal. Sebagaimana yang terjadi pada radio Jodhipati FM yang memanfaatkan *streaming* melalui internet sebagai jembatan antar generasi dalam menikmati budaya negeri. Kemajuan teknologi di radio telah dipercepat di era teknologi digital. Awalnya, luaran radio hanya selalu dikaitkan dengan suara, tetapi saat ini luaran radio dikaitkan dengan konten visual, termasuk: teks, video, laman web dan sebagainya (A. Gazi et al., 2011). Teknologi komunikasi yang serba digital memungkinkan institusi radio untuk: memproduksi dan mengirimkan konten dalam berbagai format, distribusi lebih mudah, dan program siaran menjadi terbuka dan dikonsumsi secara lebih luas oleh pendengar. Untuk konsumsi massal oleh pengguna. Sehingga membawa radio menuju era konvergensi, karena komunikasi yang berlangsung antara institusi radio dengan pendengar berlangsung melalui kombinasi antara perangkat komunikasi pribadi (telepon) dengan komunikasi massa (internet dan siaran) yang berlangsung dalam sebuah sistem komunikasi yang tunggal menjadi di satu sistem tunggal. Inilah yang dinamakan sebagai bentuk konvergensi (Jenkins, 2006).

Perkembangan terkini, ketika perangkat radio transistor menjadi barang yang sulit ditemukan di toko elektronik dan digantikan oleh perangkat telepon seluler yang memiliki aplikasi radio FM, maka pendengar radio Jodhipati FM semakin luas segmen umurnya dan tingkat ekonominya.

---

<sup>8</sup> Perumpaan yang disampaikan oleh mas Doni, Direktur Radio Jodhipati FM, bahwa Jodhipati FM ini ibaratnya rumah makan yang menyediakan menu-menu rasa lokal, tetapi melayani pengunjung internasional.

*“Jika dicermati, di berbagai warung kopi, di rombongan pedagang kaki lima, di sawah, di pasar, di pangkalan becak dan di pangkalan angkudes di seputaran Nganjuk, pendengar radio yang menggunakan telepon genggam, jumlahnya sangat banyak. Mereka biasanya menambahkan speaker aktif yang bentuknya kecil, harganya murah, kisaran 30 ribu hingga 75 ribu rupiah untuk membantu memperkeras suara dari telepon genggam. Umumnya speaker-speaker ini merek dari lokal atau dari China, murah dan bunyinya keras. HP yang kami miliki umumnya juga merek China dengan harga kisaran 300 ribu hingga 500 ribu, yang penting ada aplikasi siaran radio FM.”<sup>9</sup>*

Kemudahan koneksi, tidak perlu repot membeli baterai dan mobilitas menjadi kelebihan telepon genggam. Jika baterai habis hanya dibutuhkan colokan listrik untuk mengisi ulang dayanya. Telepon seluler juga tidak merepotkan untuk dibawa bepergian. Pengguna telepon seluler, secara umum tentu lebih muda daripada pengguna radio transistor dan secara penghasilan tentu lebih tinggi (Nugraha, 2011).

Ketika teknologi *streaming* diperkenalkan oleh radio Jodhipati FM, terjadi juga pergeseran segmen pendengar dalam hal umur, ekonomi dan pendidikan. Teknologi *streaming* membutuhkan ketersediaan paket data internet, sehingga dibutuhkan tambahan biaya pengeluaran. Pengoperasian aplikasi dan pemahaman tentang kemampuan perangkat telepon seluler untuk browsing, pengunduhan, pengunggahan membutuhkan tambahan pengetahuan daripada sekedar menyalakan telepon seluler dan memencet layar telepon genggam. Artinya, segmen pendengar radio Jodhipati FM

---

<sup>9</sup> Wawancara dengan Soleh Mukibudin, 22 Juni 2021, sambil menunjukkan speaker aktif merek Advance berukuran panjang 10cm, lebar 5 cm, tinggi 5cm.

meluas<sup>10</sup>, mengalami penambahan segmen dari kelompok masyarakat berpendapatan tinggi dan memiliki penguasaan teknologi selayaknya *native digital* (Prensky, 2001).

Relasi antara pendengar radio dengan institusi radio mengalami dinamika pasang surut. Satu hal yang menjadi nilai lebih radio Jodhipati FM adalah relasi antara pendengar dengan institusi radio memiliki ikatan yang sangat kuat.

*Positioning* sebagai radio budaya menuntut bukan hanya kemampuan kognitif penyiar tentang budaya Jawa, melainkan juga kemampuan emosional karena berinteraksi dengan banyak pendengar yang berusia di atas 40 tahun. Tugas penyiar Jodhipati FM bukan hanya menyampaikan informasi dan menghibur kepada pendengar, melainkan juga dituntut untuk bisa *ngemong* (memelihara atau mengasuh) pendengar. Sehingga semua penyiar Jodhipati FM dikenal memiliki kedekatan emosional dengan pendengarnya.

Pendengar radio Jodhipati FM yang berusia 40 tahun keatas memang sudah memahami bahasa Jawa terutama *Kromo Inggil*. Pendengar pada kelompok usia ini paling banyak dimiliki oleh radio Jodhipati FM dan jumlahnya terbesar dibanding radio lain yang ada di wilayah eks karesidenan Kediri. Sebagaimana hasil survey dan wawancara yang pernah dilakukan oleh pemkot Kediri pada tahun 2012, menjelang pilkada 2013. Radio Jodhipati FM menjadi radio terpenting untuk sosialisasi pilkada dan radio paling efektif untuk melakukan kampanye politik.<sup>11</sup>

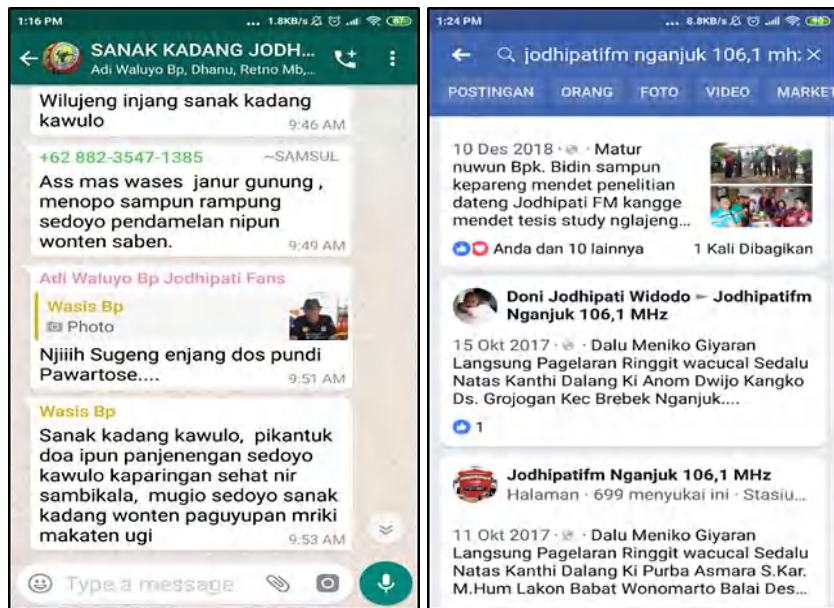
Pada saat ini, radio Jodhipati lebih memperhatikan penggemar yang memiliki usia produktif yaitu usia diatas 25 tahun. Terkait pemanfaatan sosmed, pendengar radio Jodhipati FM, secara umum

---

<sup>10</sup> Berdasarkan catatan etnografi melalui observasi partisipan, pendengar radio Jodhipati FM mengalami perluasan kategori umur. Baik pengamatan melalui interaksi tatap muka, ngopi bareng maupun di grup WhatsApp.

<sup>11</sup> Wawancara dengan Bapak Harmadi, SH., 22 April 2021, humas PEPADI Kabupaten Nganjuk, sekaligus pendengar loyal radio Jodhipati FM.

ada 2 kategori, yaitu pendengar yang pasif di sosmed dan pendengar aktif di sosmed. Penggemar yang aktif di sosmed adalah yang sering kirim pesan WhatsApp dan komen di Facebook. Tetapi mereka kebanyakan hanya ingin eksis. Mereka masih suka mendengarkan ke berbagai radio lain. Sedangkan penggemar pasif di sosmed, jarang kirim pesan WhatsApp atau Facebook, tetapi lebih menyukai menelpon langsung ke penyiar atau manajemen lainnya. Justru penggemar yang pasif sosmed inilah yang kebanyakan adalah pendengar yang loyal. Mereka kebanyakan adalah orang tua yang tidak suka atau tidak bisa menggunakan telepon pintar atau *smartphone*. Mereka mendengarkan Radio Jodhipati selama 24 jam atau terus-menerus dan mereka adalah petani, pedagang, pensiunan, PNS, juragan sawah, juragan ternak dan lain-lain.



**Gambar 31.** Penggunaan bahasa Kromo Inggil dalam berkomunikasi di grup WhatsApp dan Facebook

Dalam setiap komunikasi mereka melalui berbagai media, seperti: sambungan telepon interaktif, pesan singkat (SMS), WhatsApp, komen di *FB* dan *chat room*, selalu menggunakan bahasa Jawa *Kromo Inggil*. Sebagaimana hasil cetak layar dari percakapan antara pendengar dengan penyiar atau dengan manajemen radio, yang berlangsung di *chat room*, WhatsApp dan *Facebook* (lihat gambar 31).

Selama peneliti beberapa kali menyaksikan pertunjukan wayang kulit, banyak penggemar radio Jodhipati FM yang berusia di bawah 30 tahun. Kelompok umur ini termasuk yang aktif di media sosial dan jenis musik atau lagu yang mereka sukai adalah campur sari yang rancak, seperti Didi Kempot, Mantous, Mus Mulyadi dan lain-lain.

Salah satu cara mutakhir bagi radio Jodhipati FM untuk menjalin kedekatan emosional dengan pendengar setianya adalah menggunakan Grup WhatsApp “Sanak-Kadang”. Tema obrolan dalam grup ini bebas, asalkan tidak mengandung SARA, pornografi dan politik. Tema obrolan yang umum terjadi adalah kegiatan sehari-hari sesuai dengan pekerjaan masing-masing. Pekerjaan mereka juga bermacam-macam seperti sopir, pedagang, pemilik warung makan, petani, penebas, juragan, PNS, pensiunan, Guru, pemilik usaha selean, dan lain-lain. Mereka ini adalah para pendengar setia sejak Radio Jodhipati baru berdiri dan belum ada WhatsApp. Dengan beralih ke WhatsApp, mereka memanfaatkan kemajuan teknologi untuk tetap saling berinteraksi, berkomunikasi, saling berkabar dan senda gurau.

Para pendengar yang berada di grup WhatsApp inilah yang dulu membentuk Paguyuban Sanak Kadang Jodhipati. Paguyuban pendengar atau *pandemen* radio Jodhipati FM dibentuk tahun 2007, pada saat Radio Jodhipati masih berlokasi di Desa Ngadiboyo Kecamatan Rejoso. Beberapa kali Sanak Kadang Jodhipati mengadakan acara “Jumpa Fans Radio Jodhipati”. Tiap pertemuan banyak penggemar yang berdatangan bahkan dari luar kota,





## **BAB 7**

### **IDENTIFIKASI PERAN RADIO JODHIPATI DALAM PELESTARIAN BUDAYA JAWA**

Radio Jodhipati FM telah membuktikan peran pentingnya dalam pelestarian dan penyebarluasan Budaya Jawa ke seluruh dunia. Peran tersebut bermula sejak penentuan strategi positioning sebagai radio budaya. Strategi positioning ini menjadi kekuatan radio Jodhipati FM, bahwa budaya lokal menjadi alasan pendengar memilih loyal kepadanya. Peran penting radio Jodhipati FM semakin nyata, ketika melakukan pengembangan teknologi siaran melalui *audio streaming*, *YouTube*, dan *Facebook*. Hal ini berakibat pada lahirnya komunitas-komunitas pendengar virtual, salah satunya adalah grup WhatsApp Sanak Kadang Jodhipati. Komunitas virtual ini telah menciptakan kondisi baru untuk hubungan antara produksi dan konsumsi. Komunitas virtual yang berjejaring telah membentuk pola konsumsi baru, salah satunya adalah hubungan bisnis tidak selalu bertujuan mencari keuntungan. Dalam posisi ini, manajemen Radio Jodhipati FM adalah penjual, sedangkan pendengar adalah pembeli.

Lahirnya komunitas pendengar virtual seperti grup WhatsApp Sanak Kadang Jodhipati, merupakan perpaduan dari bentuk-bentuk komunitas sosial. Sebelum era internet, komunitas Sanak Kadang Jodhipati hanya berhubungan dengan beberapa orang pendengar loyal, memiliki pola lingkaran yang konsentris, dan terdiri dari orang-orang yang terbatas. Komunitas tersebut berasal dari lingkungan tetangga dan membentuk ikatan yang kuat sebagai sebuah keluarga. Ikatan komunitas yang kuat membatasi keinginan dan kebutuhan individu karena ia menyerap individu sepenuhnya dan memperlakukan mereka sebagai anggota kelompok daripada sebagai individu.

Saat era internet, komunitas Sanak Kadang Jodhipati yang memiliki ruang virtual di grup WhatsApp berubah menjadi sebuah keluarga besar, memiliki banyak anggota, berasal dari berbagai kota di Indonesia dan luar negeri. Status sosial ekonomi tidak membedakan bentuk dan gaya komunikasi mereka sebagai sesama peminat dan pecinta budaya Jawa. Lingkaran sosial dalam kelompok Sanak Kadang Jodhipati WA menunjukkan tumpang tindih dan pola informasi yang luas dan rumit. Artinya, seseorang dapat memiliki keanggotaan di berbagai grup WhatsApp. Seseorang akan selalu menyesuaikan diri saat bergabung dan menghubungi grup WhatsApp. Radio Jodhipati FM berkembang menuju institusi media virtual di dalam masyarakat jaringan, mendorong diri mereka untuk terlibat dalam meraih profitabilitas dalam ekonomi informasi. Proses mediamorfosis dan penciptaan ruang-ruang virtual oleh radio Jodhipati FM mempercepat akselerasi dan sirkulasi modal. Sumber kapitalisasi terbesar adalah dari pengiklan lokal.

Agresivitas radio Jodhipati FM untuk mengembangkan siaran *live streaming* melalui Youtube dan Facebook dengan memberi nama “Jodhipati TV”, adalah upaya melakukan *media making* dengan cara mempopulerkan budaya Jawa. Radio Jodhipati FM mempraktikkan cara baru bersiaran yang tidak lagi tergantung dengan sistem terrestrial (menggunakan pemancar dengan frekuensi tertentu), karena sudah ada *platform* media komunikasi di internet yang digunakan sebagai pendukung siaran, antara lain: Facebook, Instagram, Twitter, *Streaming* dan WhatsApp. Proses pemanfaatan dan penentuan teknologi di radio Jodhipati FM dipengaruhi oleh pendengarnya. Pendengar loyal memberi pengaruh pada kesesuaian teknologi yang digunakan untuk menyampaikan informasi dan penyebarluasan budaya Jawa.

Buku ini memberikan bukti bahwa seni budaya Jawa yang disiarkan oleh radio Jodhipati FM, disukai oleh orang-orang suku Jawa yang tinggal di mancanegara. Seni budaya Jawa dan musik

campursari sebagai budaya periphery, telah menggeliat untuk berkontestasi melawan produk-budaya budaya Epicentre (Western) dan dari New Epicentre (China, India, Korea, Jepang dan Taiwan). Selama ini Indonesia termasuk negara di Asia Tenggara yang masih dikenal sebagai negara pinggiran dalam urusan produksi budaya. Siaran budaya Jawa oleh radio Jodhipati FM adalah gerakan budaya sebagai wujud kritik budaya lokal terhadap globalisasi. Radio Jodhipati FM berperan dalam memperkuat identitas nasional menghadapi banjirnya budaya asing. Siaran budaya Jawa di radio Jodhipati FM adalah memanfaatkan kelebihan masyarakat Indonesia yang sangat mencintai budaya negeri sendiri.

Buku ini mendorong terjadinya perubahan, antara lain: (1) optimalisasi pemanfaatan teknologi (streaming, Facebook, WhatsApp, dan Youtube) untuk mendukung kualitas dan daya jangkau siaran, memperluas segmentasi, meraih jumlah pendengar yang banyak, efektif mendapatkan iklan, dan efisien dalam pembiayaan, (2) penyadaran dan keyakinan kepada pendengar radio bahwa mereka dapat memiliki peran dalam proses produksi siaran radio, melalui peran aktif mereka di ruang-ruang virtual dalam masyarakat jaringan (*chatting room*, WhatsApp grup, komentar di facebook). Terlebih di radio Jodhipati FM, pendengar radio dilibatkan dalam proses produksi program siaran. (3) menekankan pentingnya kolaborasi peran antara pendengar radio, budayawan dan manajemen radio untuk menyebarluaskan dan mempertahankan seni budaya Jawa melalui siaran radio. (4) memberikan gambaran manfaat bahwa aktivitas pendengar radio dan pekerja radio di dunia virtual dapat memberi peluang komunikasi, pertemanan hingga jejaring usaha yang tanpa batas.

Pemilik dan pengelola bisnis radio Jodhipati FM telah menerapkan strategi adaptasi terhadap pemanfaatan Facebook, Instagram, WhatsApp, Audio Streaming dan Youtube untuk meningkatkan jumlah pendengar dan pendapatan iklan. Radio Jodhipati FM telah

mempraktikkan pilihan strategi positioning yang khusus demi mendapatkan profit dengan mengelola pasar spesifik, memiliki jumlah pendengar loyal yang besar, dan meraup banyak keuntungan finansial dari iklan-iklan lokal.

Buku ini memberikan rekomendasi agar pemerintah pusat (kominfo, ditjen postel), pemerintah daerah dan Komisi Penyiaran Indonesia (pusat dan daerah) memberikan dukungan radio-radio siaran swasta yang memiliki kepedulian terhadap pewarisan, pengembangan dan pelestarian seni budaya lokal. Negara harus mempertegas dukungannya kepada program-program budaya lokal di radio melalui regulasi penyiaran yang berpihak pada budaya lokal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad., Z. A. (2019). Integrasi Program Dakwah dan Budaya: Studi Etnografi Virtual Mediamorfosis Radio Nada FM Sumenep Madura. *Jurnal Komunikasi Islam*, 09(2), 238–263. <https://doi.org/10.15642/jki.2019.9.2.239-263>
- Achmad, Z. A. (2020). *Pergeseran Relasi antara Pendengar Radio dengan Institusi Radio dalam Masyarakat Jaringan (Studi Etnografi Virtual pada Radio-radio Budaya di Jawa Timur yang Bermediamorfosis)*. Universitas Airlangga.
- Achmad, Z. A., & Alamiyah, S. S. (2015). Relation Between Political Economic of Media with the Strategies for Radio Positioning to Maintain the Existence of Commercial Radio (Case Study of JJFM Radio in Surabaya). *International Conference on Democracy and Accountability (ICoDA)*, 1, 188–193.
- Achmad, Z. A., Arviani, H., & Santoso, N. R. (2021). The Sanak-Kadang Jodhipati: A New Form of Virtual Radio Listeners Community. *Jurnal ASPIKOM*, 6(1), 94–109. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v6i1.830>
- Achmad, Z. A., & Ida, R. (2018). Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data dan Metode Penelitian. *The Journal of Society & Media*, 2(2), 130–145. <https://doi.org/10.26740/jsm.v2n2.p130-145>
- Achmad, Z. A., Juwito, J., & Saud, M. (2020). The Local Creative Ads on Sritanjung FM to Increase Financial Revenue During COVID-19 Pandemic. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(2), 135–146. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v6i02.2229>
- Adji, K. B. (2012). *Buku Pintar Raja-Raja Jawa Dari Kalingga Hingga Kesultanan Yogyakarta, Mengungkap Sejarah dan Biografi Para Raja Berdasar Fakta Terbaru*. Araska.

- Akanbi, T. A., & Aladesanmi, O. A. (2014). The Use of Indigenous Language in Radio Broadcasting: A Platform for Language Engineering. *Open Journal of Modern Linguistics*, 04(04), 563–572. <https://doi.org/10.4236/ojml.2014.44049>
- Al-hassan, S., Andani, A., & Abdul-malik, A. (2011). The Role of Community Radio in Livelihood Improvement: The Case of Simli Radio. *Field Actions Science Reports*, 5(October 2012), 1–6.
- Ala-Fossi, M., Lax, S., O’Neill, B., Jauert, P., & Shaw, H. (2008). The Future of Radio is Still Digital—But Which One? Expert Perspectives and Future Scenarios for Radio Media in 2015. *Journal of Radio & Audio Media*, 15(1), 4–25. <https://doi.org/10.1080/19376520801971337>
- Almurashi, W. A. (2017). WHY WE SHOULD CARE ABOUT LANGUAGE DEATH. *International Journal of English Language and Linguistics Research*, 5(5), 62–73.
- Altheide, D. L., & Johnson, J. M. (1994). Criteria for Assessing Interpretative Validity in Qualitative Research. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of Qualitative Research* (pp. 485–499). Sage Publications, Inc.
- Berry, R. (2014). The Future of Radio is the Internet, not on the Internet. In M. Oliveira, G. Stachyra, & Guy Starkey (Eds.), *Radio: The Resilient Medium: Papers from the Third Conference of the Ecrea Radio Research Section* (pp. 3–16). Centre for Research in Media and Cultural Studies.
- Bonini, T. (2014). The New Role of Radio and Its Public in the Age of Social Network Sites. *First Monday*, 19(6). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5210/fm.v19i6.4311>
- Bonini, T., & Monclús, B. (2015). *Radio Audiences and Participation in the Age of Network Society* (T. Bonini & B. Monclús (Eds.)). Routledge.

- Bouchet, D. (1998). Information Technology, the Social Bond and the City: Georg Simmel Updated (About the Changing Relationship between Identity and the City). *Built Environment* (1978-), 24(2/3), 104–133.
- BPS Jawa Timur. (2017). *Provinsi Jawa Timur Dalam Angka 2017* (35560.1702). BPS-Statistics of Jawa Timur Province.
- Brenzinger, M. (2007). *Language Diversity Endangered* (M. Brenzinger (Ed.)). Mouton de Gruyter.
- Bryant, C. D., & Peck, D. L. (2007). *21st century sociology: A reference handbook*. SAGE Publications.
- Budi, A. (2016). *Ini Keunikan yang Hanya Dimiliki Masyarakat Jawa Timur*. Good News From Indonesia. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2016/12/27/ini-keunikan-yang-hanya-dimiliki-masyarakat-jawa-timur>
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society*. Wiley-Blackwell.
- Castoriadis, C. (1991a). Power, politics, autonomy. In D. A. Curtis (Ed.), *Philosophy, Politics, Autonomy* (pp. 143-174.). Oxford University Press.
- Castoriadis, C. (1991b). The social-historical: mode of being, problems of knowledge. In D. A. Curtis (Ed.), *Philosophy, Politics, Autonomy* (pp. 33-46.). Oxford University Press.
- Chayko, M. (2015). The first web theorist? Georg Simmel and the legacy of ‘The web of group-affiliations.’ *Information, Communication & Society*, 18(12), 1419–1422. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1042394>
- Crisell, A. (1994). *Understanding Radio* (2nd ed.). Routledge.
- Denzin, N. K. (1997). *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. McGraw-Hill.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2000). *Handbook of Qualitative Research* (N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.); 2nd ed.). Sage Publications Ltd.



- Deutsch, A. L. (2019). *WhatsApp: The Best Facebook Purchase Ever?* Investopedia. <https://www.investopedia.com/articles/investing/032515/whatsapp-best-facebook-purchase-ever.asp>
- Diahing Sari, W. I., & Mukti Wibowo, A. (2017). Prasasti Anjuk Ladang di Nganjuk Jawa Timur (Sejarah dan Potensinya Sebagai Sumber Pembelajaran Sejarah). *AGASTYA: JURNAL SEJARAH DAN PEMBELAJARANNYA*, 7(01). <https://doi.org/10.25273/ajsp.v7i01.1062>
- Dudley, D. (2019). Why we should care about rural aging. *Generations*, 43(2), 94–98.
- Durant, A., & Lambrou, M. (2009). *Language and Media: A Resource Book for Students*. Routledge.
- Epstein, B. (2018). *The Only Constant Is Change: Technology, Political Communication, and Innovation Over Time*. Oxford University Press.
- Fernando, C., Valiäjrvi, R. L., & Goldstein, R. A. (2010). A model of the mechanisms of language extinction and revitalization strategies to save endangered languages. *Human Biology*, 82(1), 47–75. <https://doi.org/10.3378/027.082.0104>
- Forde, S., Foxwell, K., & Meadows, M. (2002). Creating a Community Public Sphere: Community Radio as a Cultural Resource. *Media International Australia Incorporating Culture and Policy*, 103(1), 56–67. <https://doi.org/10.1177/1329878X0210300109>
- Gauntlett, D. (2000). *Web.Studies: Rewiring Media Studies for the Digital Age* (D. Gauntlett (Ed.); 1st ed.). Hodder Education Publishers.
- Gazi, A., Starkey, G., & Jedrzejewski, S. (2011). *Radio Content in the Digital Age: The Evolution of a Sound Medium* (A. Gazi, G. Starkey, & S. Jedrzejewski (Eds.)). Intellect.

- George, W., & Roberts, S. (2002). *Radio Industry Review 2002: Trends in Ownership, Format, and Finance* (Paper #11; Media Ownership Working Group). <http://www.fcc.gov/ownership/studies.html%0D>
- Gordon, J. (2012). Community radio, mobile phones and the electromagnetic spectrum. In J. Gordon (Ed.), *Community Radio in the Twenty-first Century*. Peter Lang Publications.
- Guo, L. (2017). Exploring the Link Between Community Radio and the Community: A Study of Audience Participation in Alternative Media Practices. *Communication, Culture & Critique, 10*, 112–130.
- Hair, N., & Clark, M. (2003). An Enhanced Virtual Ethnography: The Role of Critical Theory. *Stream 5: Exploring the Meaning of "Critique" in Electronically-Mediated Work*, 1–14.
- Herbert, J. C. (1988). *Broadcast Speech and the Effect of Voice Quality on the Listener* (Issue October). <https://core.ac.uk/download/pdf/77023622.pdf>
- Herring, S. (2004). Slouching toward the ordinary: current trends in CMC. *New Media & Society, 6*, 26–36.
- Hicks, D. (2013). *Radio Broadcasting in Regional or Minority Languages*.
- Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. Sage Publications Ltd.
- Hoffmann, M. (2009). Endangered Languages , Linguistics , and Culture : Researching and Reviving the Unami Language of the Lenape. *Linguistics, May*.
- Holton, A. E., Lewis, S. C., & Coddington, M. (2016). Interacting with Audiences. *Journalism Studies, 17*(7), 849–859. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1165139>
- Horn, S. (1998). *Cyberville: Clicks, Culture, and the Creation of an Online Town*. Warner Books, Inc.

- Hujanen, T., & Jauert, P. (1998). The new competitive environment of radio broadcasting in the Nordic countries: A short history of deregulation and analysis. *Journal of Radio & Audio Media*, 5(1), 105–131. <https://doi.org/10.1080/19376529809384533>
- Hurley, S. L. (1998). *Consciousness in Action*. Harvard University Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Johansen, G. (2010). *The Theater of the Mind: A study of radio as an advertising media and the impact of creativity*. Copenhagen Business School.
- Kendall, L. (1999). Recontextualizing “Cyberspace”: Methodological Considerations for on-Line Research. In S. Jones (Ed.), *Doing Internet Research: Critical Issues and Methods for Examining the Net* (pp. 57–74). SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781452231471.n3>
- Khan, M. A. A., Khan, M. M. R., Hassan, M., Ahmed, F., & Haque, S. M. R. (2017). Role of Community Radio for Community Development in Bangladesh. *The International Technology Management Review*, 6(3), 94. <https://doi.org/10.2991/itmr.2017.6.3.3>
- Kitley, P. (2000). *Television, Nation, and Culture in Indonesia*. Ohio University Center for International Studies.
- Kitley, P. (Ed.). (2003). *Television, Regulation and Civil Society in Asia*. RoutledgeCurzon.
- Koentjaraningrat. (2009). *Pengantar Ilmu Antropologi (Revisi)*. Rineka Cipta.
- Kozinets, R. V. (2002). The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. *Journal of Marketing Research*, 39(1), 61-72. <https://doi.org/10.1509/jmkr.39.1.61.18935>

- Kristanto, I., & Wahyu, Y. (2008, July 21). Kualiti Peleburan di Tlatah Jawa Timur. *Kompas.Com*. <https://nasional.kompas.com/read/2008/07/21/00594333/kualiti.peleburan.di.tlatah.jawa.timur%3E%5B8>.
- Kuntowijoyo. (2002). *Perubahan Sosial dalam Masyarakat Agraris: Madura 1850-1940* (1st ed.). Matabangsa bekerja sama dengan Yayasan Adikarya IKAPI dan the Ford Foundation.
- Lalima. (2013). Language Learning Through Media: Role of Radio. *Techno LEARN: An International Journal of Educational Technology*, 3(1), 67–74.
- Lister, B., Mitchell, C., & O'Shea, T. (2010). *Managing radio* (B. Lister (Ed.)). <http://www.soundconcepts.ltd.uk/managingradio/ManagingRadiov2.pdf>
- Markham, A. N. (1998). *Life Online: Researching Real Experience in Virtual Space*. Alta Mira Press.
- Martínez-Costa, M. del P., & Prata, N. (2017). The radio in search of its audience: towards a diversified and multiplatform listening. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências Da Comunicação*, 40(3), 109–128. <https://doi.org/10.1590/1809-5844201737>
- Meyer, G., & Thomas, J. (1990). The Baudy World of the Byte Bandit: A Postmodernist Interpretation of the Computer Underground. In F. Schmallegger (Ed.), *Computers in Criminal Justice: Issues and Applications*. Wyndham Hall Press, Inc.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications, Inc.

- Morin, O. (2013). What does communication contribute to cultural transmission? *Social Anthropology/Anthropologie Sociale*, 21, 230–235. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/1469-8676.12014>
- Mu-azu, I. A., & Shivram, G. P. (2017). The Impact of Radio Broadcast in Local Dialect on Rural Community. *Journal of Applied and Advanced Research*, 2(3), 114. <https://doi.org/10.21839/jaar.2017.v2i3.76>
- Myers, D. (1987). “Anonymity is part of the magic”: Individual manipulation of computer-mediated communication contexts. *Qualitative Sociology*, 10(3), 251–266.
- Norbier, D. (2012). Radio and the Internet: Networked Participative Radio Models. *Radio-Leituras*, 3(2), 1–20.
- Nugraha, F. (2011). *Perkembangan Pasar Handphone di Indonesia dari Tahun 2005 hingga 2010*. Tekno Jurnal. <https://teknojurnal.com/perkembangan-pasar-handphone-di-indonesia-dari-tahun-2005-hingga-2010/>
- Odine, M. (2013). Use of Radio to Promote Culture in South Africa. *Journal of Radio & Audio Media*, 20(1), 181–196. <https://doi.org/10.1080/19376529.2013.777341>
- Parks, M. R., & Floyd, K. (1996). Making Friends in Cyberspace. *Journal of Communication*, 46(1), 80–97.
- Payton, M. (2013). *Action Stations, The Output and Impact of Commercial Radio*. Radio Centre.
- Prawiroatmodjo, S. (1985). *Bausastra Jawa-Indonesia Jilid 1: 1*. Gunung Agung.
- Premsky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On the Horizon*, 9(5), 1–6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- PRSSNI Jawa Timur. (2018). *Profil Anggota PRSSNI Jawa Timur*. [http://www.radiojatim.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1&Itemid=154#](http://www.radiojatim.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1&Itemid=154#)

- Reid, E. M. (1992). *Electropolis: Communication and Community on Internet Relay Chat* (p. 31).
- Rheingold, H. (1995). *The Virtual Community: Finding Connection in a Computerized World*. Minerva Press.
- Rheingold, H. (2000). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier* (Revised). The MIT Press.
- Salzmann, Z. (2004). *Language, Culture, and Society: an Introduction to Linguistic Anthropology* (3rd ed.). Westview Press.
- Sapir, E. (1970). Language. In D. G. Mandelbaum (Ed.), *Culture, Language and Personality* (p. 207). University of California Press.
- Schaap, F. (2002). *The Words That Took Us There. Ethnography in a Virtual Reality*. Aksant Academic Publishers.
- Schmidt, B. (2012). Interactivity on Radio in the Internet Age: A Case Study from France. In S. Gazi & Jdrzejewski (Eds.), *Radio Content in the Digital Age* (pp. 28–34). Intellect.
- Shadish, W. R. (1995). The logic of generalization: Five principles common to experiments and ethnographies. *American Journal of Community Psychology*, 23(3), 419–428. <https://doi.org/10.1007/BF02506951>
- Sharf, B. F. (1999). Beyond Netiquette: The Ethics of Doing Naturalistic Discourse Research on the Internet. In S. Jones (Ed.), *Doing Internet Research: Critical Issues and Methods for Examining the Net* (pp. 243–256). SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781452231471.n12>
- Shumar, W., & Madison, N. (2013). Ethnography in a virtual world. *Ethnography and Education*, 8(2), 255–272. <https://doi.org/10.1080/17457823.2013.792513>
- Simmel, G. (1955). *Conflict and the web of group-affiliations*. Free Press.

- Stake, R. E., & Trumbull, D. J. (1982). Naturalistic Generalizations. *Review Journal of Philosophy and Social Science*, 7, 1–12.
- Sutarto, A. (2004). *Menguak pergumulan antara seni, politik, Islam, dan Indonesia: percikan pemikiran budaya*. Kelompok Peduli Budaya dan Wisata Daerah Jawa Timur.
- Sutarto, A. (2006). Sekilas Tentang Masyarakat Using. *Pembekalan Jelajah Budaya 2006*, 1–13.
- Tacchi, J. (2000). The need for radio theory in the digital age. *International Journal of Cultural Studies*, 3(2), 289–298. <https://doi.org/10.1177/136787790000300217>
- Turkle, S. (2011). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. Simon and Schuster.
- Vagle, W. (1991). Radio language - spoken or written? *International Journal of Applied Linguistics*, 1(1), 118–131. <https://doi.org/10.1111/j.1473-4192.1991.tb00009.x>
- Van Dijk, J. A. G. M. (2012). *The Network Society: Social Aspects of New Media* (3rd ed.). SAGE Publications Ltd.
- Wahyuningtyas, D., Kusuma, A., Febrianita, R., & Achmad, Z. A. (2021). Local language programs in cultural radios to maintain Indonesian national identity. *Etnosia: Jurnal Etnografi Indonesia*, 6(1), 47–65. <https://doi.org/10.31947/etnosia.v6i1.11973>
- Wamalwa, E. W., & Oluoch, S. B. J. (2013). Language Endangerment and Language Maintenance: Can Endangered Indigenous Languages of Kenya Be Electronically Preserved? *International Journal of Humanities and Social Science*, 3(7), 258–265.
- Whitty, M. T. (2002). Liar, liar! An examination of how open, supportive and honest people are in chat rooms. *Computers in Human Behavior*, 18(4), 343–352. [https://doi.org/10.1016/S0747-5632\(01\)00059-0](https://doi.org/10.1016/S0747-5632(01)00059-0)

- Zahedi, A., Ghoolizadeh, A., & Sadeghi, S. (2013). Defining Role of the Radio of Town in Promotion of a Culture of Citizenship. *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, 2(10), 89-95 ?
- Zhang, B. (2013). An Analysis of Spoken Language and Written Language and How They Affect English Language Learning and Teaching. *Journal of Language Teaching and Research*, 4(4), 834–838. <https://doi.org/10.4304/jltr.4.4.834-838>





## LAMPIRAN 1.

### Biodata Penulis

1	Nama Lengkap	<b>Dr. Zainal Abidin Achmad, S.Sos., M.Si., M.Ed.</b>
2	Jabatan Fungsional	<b>Lektor</b>
3	NIP/NIK/Identitas lainnya	<b>373059901701</b>
4	NIDN	<b>0719057301</b>
5	Tempat dan Tanggal Lahir	<b>Pacitan, 19 Mei 1973</b>
6	E-mail	<a href="mailto:z.abidinachmad@upnjatim.ac.id">z.abidinachmad@upnjatim.ac.id</a> <a href="mailto:zabidina@gmail.com">zabidina@gmail.com</a>
7	Nomor Telepon/HP	085736736736
8	Alamat Kantor	Jl. Raya Rungkut Madya Gunung Anyar, Surabaya
9	Mata Kuliah yg Diampu	1. Pengantar Ilmu Politik 2. Hukum Media Massa 3. Sosiologi Komunikasi 4. Metode Penelitian Kualitatif

1	Nama Lengkap	<b>Ir. Didiék Tranggono, M.Si</b>
2	Jabatan Fungsional	<b>Lektor Kepala</b>
3	NIP	<b>195812251990011001</b>
4	NIDN	<b>0725125802</b>
5	Tempat dan Tanggal Lahir	<b>Surabaya, 25 Desember 1958</b>
6	Nomor HP	08123087707
7	Alamat Kantor	Jl. Raya Rungkut Madya, Gunung Anyar,
8	Alamat E-mail	<a href="mailto:didiek_tranggono.ilkom@upnjatim.ac.id">didiek_tranggono.ilkom@upnjatim.ac.id</a> <a href="mailto:di2ektranggono@gmail.com">di2ektranggono@gmail.com</a>
9	Mata Kuliah yang diampu	1. Pengantar Ilmu Politik 2. Etika dan Filsafat Komunikasi 3. Metode Penelitian Kuantitatif 4. Sosiologi Komunikasi

1	Nama Lengkap	<b>Endah Siswati, S.IP., M.S.W.</b>
2	Jabatan Fungsional	<b>Asisten Ahli</b>
3	NIP/NIK/Identitas lainnya	<b>3505104507710004</b>
4	NIDN	<b>0705077101</b>
5	Tempat dan Tanggal Lahir	<b>Blitar, 5 Juli 1971</b>
6	E-mail	<a href="mailto:endah.soepeno71@gmail.com">endah.soepeno71@gmail.com</a> <a href="mailto:endah.siswati@yahoo.co.id">endah.siswati@yahoo.co.id</a>
7	Nomor Telepon/HP	081249420506
8	Alamat Kantor	Universitas Islam Balitar, Jl. Majapahit 4 Blitar
9	Mata Kuliah yg Diampu	1. Sosiologi Komunikasi 2. Psikologi Komunikasi 3. Sosiologi Gender

1	Nama Lengkap	<b>Muhammad Mujtaba Habibi, S.Pd,</b>
2	Jabatan Fungsional	<b>Asisten Ahli</b>
3	NIP/NIK/ Identitas lainnya	<b>6700201519227</b>
4	NIDN	<b>0026128806</b>
5	Tempat dan Tanggal Lahir	<b>Probolinggo, 26 Desember 1988</b>
6	E-mail	<a href="mailto:m.mujtaba.fis@um.ac.id">m.mujtaba.fis@um.ac.id</a>
7	Alamat Kantor	Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang 5 Malang
8	No Telepon / HP	081232498999
9	Mata Kuliah yg Diampu	1. Pendidikan Pancasila 2. Pendidikan Kewarganegaraan 3. Ilmu Pemerintahan 4. Kebijakan Publik

## LAMPIRAN 2.

### Pembagian Tugas Penulis

No	Nama / NIDN	Instansi Asal	Bidang Ilmu	Alokasi Waktu (jam/minggu)	Uraian Tugas
1	Dr. Zainal Abidin Achmad, S.Sos., M.Si., M.Ed. / 0719057301	FISIP UPN Veteran Jawa Timur	Ilmu Komunikasi	7	Mendisain penelitian, Menyusun Proposal, Mengumpulkan data, Analisis, Presenter Seminar, Penulis Utama Artikel Jurnal
2	Ir. Didiék Tranggono, M.Si. / 0725125802	FISIP UPN Veteran Jawa Timur	Ilmu Komunikasi	7	Pengumpulan data, Pelaporan administrasi, Peserta Seminar, Penulis Kedua Jurnal.
3	Endah Siswati, S.IP., M.SW. / 0705077101	FISIP Universitas Islam Balitar Blitar	Ilmu Komunikasi	7	Pengumpulan data, Pelaporan administrasi, Peserta Seminar,
4.	Muhammad Mujtaba Habibi, S.Pd, M.AP. /	FISIP Universitas Negeri Malang	Kebijakan Publik	7	Pengumpulan data, Pelaporan administrasi, Peserta Seminar

## LAMPIRAN 3.

### Dokumentasi Kegiatan Penelitian



Kegiatan FGD pertama dan Jumpa Fans radio Jodhipati FM, 21 April 2021



Kunjungan ke Studio Jodhipati FM, 20 Juni 2021, sebelum siaran streaming. bersama Bapak Wahyu (Komisaris)



Kunjungan ke studio radio Jodhipati FM, 25 Juni 2021, saat siaran live streaming. Bersama penyiar kondang Pak Sanji Jodhipati

REPUBLIC INDONESIA  
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

# SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202151709, 1 Oktober 2021

**Pencipta**

Nama : **ZAINAL ABIDIN ACHMAD, DIDIEK TRANGGONO dkk**

Alamat : **Jl. Wiguna Tengah 9/31-33, RT.004/RW.003, Kelurahan Gunung Anyar Tambak, Kecamatan Gunung Anyar, KOTA SURABAYA, JAWA TIMUR, 60294**

Kewarganegaraan : **Indonesia**

**Pemegang Hak Cipta**

Nama : **LPPM UPN VETERAN JAWA TIMUR**

Alamat : **Jl. Raya Rungkut Madya, Gunung Anyar 60294, Surabaya, KOTA SURABAYA, JAWA TIMUR, 60294**

Kewarganegaraan : **Indonesia**

Jenis Ciptaan : **Buku**

Judul Ciptaan : **PERAN PENTING RADIO JODHIPATI 106,i FM DALAM PELESTARIAN BUDAYA JAWA**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : **9 September 2021, di KOTA SURABAYA**

Jangka waktu perlindungan : **Berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak Ciptaan tersebut pertama kali dilakukan Pengumuman.**

Nomor pencatatan : **000279709**

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesnai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL



Dr. Freddy Harris, S.H., LL.M., ACCS.  
NIP. 196611181994031001

Disclaimer:

Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.



**LAMPIRAN PENCIPTA**

No	Nama	Alamat
1	ZAINAL ABIDIN ACHMAD	Jl. Wiguna Tengah 9/31-33, RT.004/RW.003, Kelurahan Gunung Anyar Tambak, Kecamatan Gunung Anyar
2	DIDIEK TRANGGONO	Bluru Permai H-20, RT.004/RW.009, Kel/Desa Bluru Kidul, Kecamatan Sidoarjo
3	ENDAH SISWATI	Puri Nirwana Gajayana Kav.17, RT.010/RW.002, Kel.Desas Dinoyo, Kecamatan Lowokwaru
4	MUHAMMAD MUJTABA HABIBI	Jl. Bunga Pinang Merah II No. 13, RT.006/RW.002, Kel/Desa Jatimulyo, Kecamatan Lowokwaru





Kegiatan FGD Kedua dengan direktur, penyiar dan pendengar loyal radio Jodhipati FM, 21 April 2021