

MENJAGA KEBHINNEKAAN BUDAYA INDONESIA MELALUI PROGRAM SIARAN RADIO-RADIO BUDAYA

Zainal Abidin Achmad

Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran

Jawa Timur

A. Pedahuluan

Provinsi Jawa Timur memiliki empat radio siaran swasta yang mengandalkan budaya lokal sebagai program siarannya, yaitu Radio Jodhipati FM Nganjuk, Radio Sritanjung FM Banyuwangi, Radio Nada FM Sumenep, dan Radio Media FM Surabaya. Keempat radio tersebut masing-masing mewakili sub kultur di Jawa Timur, yaitu *Jawa Mataraman*, *Jawa Arek*, *Madura* dan *Using*. Studi ini memaparkan program-program budaya lokal yang banyak disukai pendengar dan mendatangkan keuntungan finansial (profitabilitas). Serta untuk mengetahui alasan pendengar menyukai program-program budaya lokal. Studi ini menggunakan metode etnografi virtual, dengan mengumpulkan data secara offline dan online. Peneliti secara partisipatif terlibat dalam kegiatan penyiaran di empat radio budaya (offline) dan kegiatan interaksi pendengar di dunia virtual (online), yaitu di Facebook, Instagram, YouTube, dan grup WhatsApp. Informan dalam studi ini berjumlah 12 orang, terdiri dari empat orang pendengar loyal, empat orang ahli budaya, dan empat orang programmer.

Studi ini mengkategorikan empat subjek radio swasta sebagai radio budaya, karena menyiarkan konten-konten budaya lokal dengan bahasa lokal sebagai pengantar siaran (Achmad., 2019; Achmad & Ida, 2019). Pada berbagai literatur, radio yang menyiarkan budaya lokal dengan bahasa lokal sebagai bahasa pengantar diberi sebutan yang berbeda-beda. Sebagian akademisi mengkategorikannya sebagai radio komunitas atau *community* radio (Al-hassan et al., 2011; Faisal & Alhassan, 2018; Forde et al., 2002; King, 2015), sebagian yang lain menamakannya dengan *art and community* radio (Cochrane et al., 2008). Untuk

memperkuat identitas budaya lokal bagi empat radio siaran swasta tersebut, masing-masing memiliki slogan khas. Radio Nada FM Sumenep menyatakan dengan tegas dirinya sebagai “*Madura Station*” (Achmad., 2019; Ardiansyah, 2017), Radio Sritanjung FM Banyuwangi dengan slogan “*Radione Lare Using*” (Achmad, Juwito, et al., 2021; Achmad & Juwito, 2020; Wahyuningtyas et al., 2021). Radio Media FM Surabaya dengan slogan “*Campursari Media*” (Achmad, 2020b). Radio Jodhipati FM Nganjuk dengan slogan khasnya “Kumenyaring Budaya Nagari (Achmad & Ida, 2019).

Slogan-slogan radio tersebut dibuat dengan tujuan untuk mendekatkan radio pada budaya yang dimiliki oleh komunitas pendengarnya. Slogan radio juga merupakan strategi positioning dengan menyorot segmen pendengar yang spesifik dengan tujuan menjamin raihan jumlah pendengar loyal dan mendapatkan keuntungan finansial dari iklan (Achmad & Alamiyah, 2015; Rothenbuhler, 1996; Warren, 2005). Penempatan posisi atau *positioning* pada budaya lokal harus diikuti dengan kebijakan penyiaran dengan membuat program-program yang mengandalkan konten budaya lokal sebagai komoditas yang layak jual sebagai penyesuaian terhadap budaya pendengarnya (Barber, 2010; Inkinen & Tuominen, 2013; Sweeting, 2007; Walker, 2004). Kondisi terkini empat radio budaya tersebut memiliki jumlah pendengar loyal yang besar dan tersebar hingga mancanegara (Achmad., 2019; Achmad & Ida, 2019). Penyebabnya adalah kepemilikan positioning yang kuat dan memiliki konten siaran yang dekat dengan budaya lokal (Nguyen, 2008), dan memiliki ikatan interaksi yang kuat dengan para pendengar loyalnya (Achmad, Arviani, et al., 2021; King, 2015; Mytton, 1992; Wilkinson, 2015).

Ikatan interaksi empat radio budaya tersebut semakin terfasilitasi ketika keempat radio tersebut menerapkan mediamorfosis, yaitu menggunakan internet sebagai platform untuk bersiaran antara lain melalui Facebook, Instagram, Youtube dan WhatsApp. Mereka mengembangkan cara bersiaran yang berbeda dengan memanfaatkan berbagai platform

komunikasi berbasis web sebagai saluran penyampaian konten siaran (Achmad & Juwito, 2020; Benkler, 2006; May, 2013). Mediamorfosis dihadirkan untuk menjelaskan evolusi teknologi media komunikasi dan perubahan pemanfaatan teknologi siaran yang dilakukan oleh empat radio budaya tersebut (Achmad, 2020a; Fidler, 1997). Pemanfaatan teknologi siaran harus dicermati perannya, karena telah memberi bobot khusus untuk menambah jangkauan pendengar dan menambah keuntungan iklan (Akpan, 2004; Dia, 2002; O'Neill, 2007; Price et al., 2008).

Pada studi kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual ini, peneliti terlibat intensif dalam dinamika aktivitas subjek yang diteliti (Achmad & Ida, 2018; Hine, 2000), antara lain kegiatan siaran yang dilakukan penyiar, kegiatan pembuatan program oleh produser dan programmer, kebiasaan pendengar dalam berkomunikasi dengan radio. Peneliti menyediakan diri untuk melakukan berbagai aktivitas nyata dan virtual dalam kurun waktu tertentu dan *intermiten* atau berselang-seling, artinya peneliti tidak terus menerus tenggelam bersama para subjek dalam waktu yang lama, melainkan dapat melakukan keterlibatan partisipatif dalam waktu berjarak (Achmad, 2020b; Angelone, 2018; Hine, 2004). Peneliti melakukan penelusuran virtual dengan akun-akun pribadi, yaitu <https://www.facebook.com/zabidina>, <https://www.instagram.com/abidinzachro/>, <https://www.youtube.com/channel/UC8bVDDj4-ZI-1wcoUiQdThQ>, grup WhatsApp “Sanak Kadang Jodhipati”, grup WhatsApp “Sritanjung FM Fans Club”, dan grup WhatsApp “Penikmat Nada FM”.

Peneliti melakukan pengumpulan data secara langsung dengan interaksi bersama subjek melalui observasi dan wawancara (*online* dan *offline*). Tujuannya untuk membuktikan keaslian sumber data, membangun kepercayaan, menilai kejujuran informan, dan menghilangkan anonimitas (Schoneboom, 2007). Pengumpulan data tidak langsung dilakukan penelusuran berbagai dokumen yang terkait dengan ruang lingkup studi (Angelone, 2018; Hine, 2017). Jenis dokumen tersebut, antara lain profil dan portofolio empat radio budaya,

artikel-artikel tentang radio budaya, profil informan dari berbagai sumber, artikel dan berita yang terkait dengan studi, dan literatur yang relevan.

Penelusuran lokasi nyata dilakukan pada kantor, ruangan dan studio radio, lingkungan sosial budaya setempat, lokasi kegiatan *off-air*, media habit para informan, kebiasaan berkumpul dan lokasi berkumpul para informan. Sedangkan lokasi virtual yang menjadi sasaran penelusuran, antara lain: (1) laman Web empat radio budaya, (2) akun facebook empat radio budaya, (3) akun Instagram dan akun Youtube sebagian radio budaya, dan (4) WhatsApp grup empat radio budaya.

B. Isi Dan Pembahasan.

Empat radio budaya di Jawa Timur tersebut sudah bermediamorfosis dengan bersiaran melalui dukungan internet dan berbagai platform media komunikasi secara virtual dan secara konsisten bersiaran dengan bahasa lokal, musik dan lagu lokal di tengah masyarakat Indonesia yang memiliki kebhinekaan budaya. Masyarakat Indonesia yang bhinneka tunggal ika dengan ciri fenomena kebahasaan *bilingualisme* dan *multilingualisme*, memiliki potensi memunculkan perubahan bahasa yang dapat mengancam keberadaan bahasa lokal. Terutama bahasa-bahasa dalam sub kultur (Brenzinger, 2007). Pada umumnya, jumlah penutur asli dalam sejumlah sub kultur, sangatlah sedikit. Jika daya tahan bahasa penutur asli dari sub etnis minoritas rapuh, berpotensi pada terjadinya perubahan dengan mengikuti bahasa penutur mayoritas (dominan). Hal yang patut diwaspadai bersama adalah, jika penutur bahasa asli meninggalkan bahasanya akan berakibat pada kepunahan bahasa. Sementara kepunahan sebuah bahasa berakibat pada kepunahan sebuah budaya (Fernando et al., 2010; Wamalwa & Oluoch, 2013). Generasi sekarang harus disadarkan bahwa menguasai bahasa ibu dengan bertutur menggunakan bahasa lokal adalah cara sederhana untuk mempertahankan budaya.

Satu langkah utama untuk melindungi kebudayaan Indonesia yang bhinneka adalah dengan menjaga bertahannya bahasa-bahasa lokal. Sebagai bagian dari bentukan budaya, bahasa adalah hasil interaksi masyarakat dengan lingkungannya (Sapir, 1970). Sehingga muncul teori untuk mempelajari kebudayaan suatu masyarakat, kita dapat pelajar dari bahasanya (Salzmann, 2004). Kehadiran radio -radio budaya yang bersiaran dengan bahasa-bahasa lokal, secara langsung dapat menjadi penangkal kepunahan bahasa (Almurashi, 2017; Dudley, 2019; Hoffmann, 2009). Apabila dibandingkan jenis media massa lainnya, radio diakui sebagai media yang lebih efektif untuk tujuan pelestarian bahasa dan budaya lokal (Khan et al., 2017; Mu-azu & Shivram, 2017; Odine, 2013; Zahedi et al., 2013). Satu kelebihan radio yang tidak dimiliki oleh media massa lainnya adalah pada penggunaan bahasa tutur untuk siaran (Hicks, 2013; Lalima, 2013).

Bahasa tutur dalam siaran radio mengandung cara pengucapan dan variasi bahasa, sehingga memudahkan pendengar untuk mengikuti dan mempelajarinya. Kandungan itulah yang tidak kita dapatkan dalam bahasa tulis (Zhang, 2013). Bahasa tutur selain menjadi alat utama dalam menyampaikan isi siaran kepada pendengar radio, juga dapat memperkuat karakter radio dan memperkuat kedekatan emosional radio dengan pendengarnya. Bahasa tutur melalui ucapan penyiar adalah rujukan terbaik bagi pendengar radio untuk digunakan berkomunikasi untuk memahami bahasa lokal (Akanbi & Aladesanmi, 2014; Herbert, 1988; Vagle, 1991). Semakin sering pendengar radio mendengarkan suatu bahasa lokal, mereka dapat lebih mengenal bahasa lokal tersebut daripada bahasa lainnya (Mu-azu & Shivram, 2017; Vagle, 1991). Pesan yang disampaikan oleh penyiar, akan lebih mudah dipahami oleh pendengar melalui penggunaan intonasi dan variasi bahasa (Wawancara bersama Ahmad Yamin, Juwono, dan Adi Santoso, di Radio Sritanjung FM).

Radio budaya dapat dimanfaatkan sebagai sarana menjaga kebhinnekaan budaya, karena siaran radio budaya mengandalkan penggunaan bahasa lokal secara utuh dan murni

yang ditujukan kepada pendengar beridentitas budaya lokal (Forde et al., 2002; Payton, 2013). Sebagaimana dapat dilihat dari temuan-temuan program budaya pada empat radio budaya di Jawa Timur berikut ini:

Radio Media FM memilih identitas sebagai radio Campursari dan menjadi media hiburan alternatif bagi masyarakat urban Surabaya. Salah satu ciri masyarakat urban, adalah cenderung memiliki ikatan dan selera lokal yang kuat dengan budaya asalnya (Jalaladdini & Oktay, 2012; Wilkinson, 2015). Untuk itulah radio Media FM secara spesifik membuat program budaya yang bersifat *klangenan* (Bahasa Jawa yang artinya menghadirkan kerinduan) yang ditujukan bagi masyarakat urban dari sub kultur Jawa Mataraman dan Jawa Arek.

Program budaya tersebut diberi nama Campursari Media, yang dibagi menjadi dua segmen, (1) Campursari Satu disiarkan jam 18.00 hingga 21.00 WIB menawarkan musik campursari kontemporer yaitu perpaduan unsur musik moderen dengan lagu-lagu ber lirik bahasa lokal umumnya bahasa Jawa. Varian musiknya antara lain: koplo, kendang kempul, hip-hop, reggae, rock, pop, jaranan dangdut dan akustik dangdut. (2) Campursari Dua yang disiarkan pada jam 21.00 hingga 00.00 WIB menawarkan musik campursari klasik (gending dan langgam Jawa). Penyiar segmen Campursari Satu memiliki kemampuan mencipta lagu campursari dengan nama samaran *Gendhis Jawa*. Sedangkan penyiar segmen Campursari Dua memiliki keahlian sebagai dalang dengan nama *Ki Panut Kobar*.

Program Campursari Media di Radio Media FM dialokasikan waktunya untuk menguasai prime time (19.00-22.00 WIB). Pilihan waktu tersebut berdasarkan hasil riset media 2019, bahwa pendengar program Campursari Media berjumlah sekitar 400.000 orang. Jumlah tersebut merupakan pendengar terbanyak yang mendengarkan siaran budaya di radio Surabaya. Jumlah tersebut selalu naik dari tahun ke tahun dan pendengar berusia muda dari tahun ke tahun juga bertambah. Lagu-lagu campursari yang diputar di Radio Media FM memiliki syarat

khusus, liriknya dilarang mengandung unsur SARA, bias gender, pelecehan seksual, poligami, pornografi, penghinaan fisik, celaan, dan umpatan. Oleh karena itulah, Radio Media FM menjadi barometer kesuksesan lagu campursari (Wawancara dengan Anton Sani dan Widiyoko, di Radio Media FM).

Program siaran budaya di Radio Nada FM Sumenep ditunjukkan dengan komitmen dan konsistensinya dalam mengedepankan ciri khas budaya dan tradisi Madura. Keseluruhan budaya dan tradisi Madura yang menjadi konten kegiatan *on-air* maupun kegiatan *off-air* radio Nada FM selalu berdasarkan pada nilai-nilai dari Agama Islam. Radio Nada FM menggunakan Bahasa Madura sebagai bahasa utama pengantar siaran. Lebih dari 90% program musik, hiburan dan *talkshow* menggunakan Bahasa Madura. Khusus program *news* masih menggunakan perbandingan 60% Bahasa Madura dan 40% Bahasa Indonesia, karena menyiarkan berbagai peristiwa dan informasi dari wilayah Madura, Indonesia dan berbagai bagian dunia lainnya. Siaran program pendidikan dan pengetahuan agama Islam (kajian Qur'an, hadits, dan kitab kuning) menggunakan 100% bahasa Madura dialek Sumenep yang dikenal memiliki *unggah-ungguh* atau tingkatan bahasa halus (Wawancara dengan Ibnu Hajar dan Ahmad Jailani di Radio Nada FM).

Radio Nada FM memiliki program unggulan siaran religi yang berjudul *Nada Sayyidul Ayyam* dan *Dogma* (Dialog Agama) dan berbagai program budaya yang bernama *Tambhana Kaso*, *Kembang Pangestho*, dan *Rojak Cengor*. Radio Nada FM juga dikenal sebagai pelaksana berbagai kegiatan *off-air*, seperti: peluncuran produk baru, panggung hiburan, pengajian, dan kegiatan promosi lainnya dengan melibatkan pendengar loyal (Achmad., 2019).

Radio Sritanjung FM Banyuwangi memiliki komposisi format musik yang terdiri dari Etnik Using 40%, Dangdut 40% dan Pop 20%. Sebagai radio yang lahir di tengah budaya Using, Radio Sritanjung FM yang bersiaran sepanjang 22 jam sehari semalam, merancang

program-program yang diadaptasi dari budaya yang ada di masyarakat sub kultur Using. Program unggulan yang sepenuhnya disiarkan dengan bahasa Using adalah *Geredoan*, *Jenggirat Budoyo Using*, dan *Sritanjung Jenggirat Tangi*.

Program *Geredoan* disiarkan interaktif dengan membuka jalur telepon langsung dari pendengar ke penyiar, sangat informal, dengan gurauan ringan dan segar. Keunikan program ini, pendengar yang interaktif wajib menyampaikan *wangsalan* dan *basanan* (perumpamaan dan pantun). Melalui *geredoan* inilah, karakter masyarakat Using banyuwangi bisa dikenali. Program *Jenggirat Budoyo Using*, mengandalkan siaran lagu Banyuwangi terbaru. Varian musiknya, antara lain: kendang kempul, patrol, janger, koplo, dangdut, reggae, jaranan hingga hip-hop (rap). Program *Sritanjung Jenggirat Tangi* menyajikan informasi lokal dari liputan reporter seputar Banyuwangi, diselingi informasi nasional serta internasional yang diperoleh dari internet. Bahasa pengantar oleh penyiar dan reporter adalah Bahasa Indonesia dan Bahasa Using.

Siaran radio Sritanjung FM mampu menjangkau seluruh wilayah Banyuwangi yang memiliki luas 5.782 Km² dan menjangkau sebagian wilayah pulau Bali (Negara, Jembrana, Melaya, Singaraja). Karena kekuatan konten lokalnya, Radio Sritanjung FM memiliki basis pendengar yang paling banyak di Banyuwangi. Menurut hasil riset terakhir tahun 2018, jumlah pendengar Radio Sritanjung FM adalah 302.479 orang (Wawancara Ahmad Yamin dan Lukman Hakim di radio Sritanjung FM). Radio Sritanjung FM selalu melibatkan budayawan dalam pembuatan program siaran, hingga pemberian nama program, dan penyusunan format siaran. Kolaborasi kerja antara budayawan, produser, *programmer* dan penyiar di radio Sritanjung FM, dilakukan dengan memanfaatkan Facebook, karena sebagai media sosial paling populer dan menyediakan sarana untuk bertukar budaya, berbagi pengetahuan, dan berinteraksi satu sama lain tanpa memandang jarak yang memisahkan mereka (Sawyer & Chen, 2012).

Radio Jodhipati FM Nganjuk sejak awal berdiri telah mencanangkan tujuan untuk menyelamatkan, menggali, melestarikan dan mengembangkan budaya nasional khususnya budaya Jawa melalui media penyiaran. Seluruh program siaran di Radio Jodhipati FM menggunakan Bahasa Jawa sebagai pengantarnya. *Positioning* Radio Jodhipati FM sebagai radio budaya Jawa memiliki visi “*Jodhipati Kumenyaring Budaya Nagari Mengabdi sebagai Sumber Informasi dengan Menjunjung Tinggi Budaya Jawa.*” Demi mewujudkan visi tersebut, dikembangkanlah 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.

Program-program budaya unggulan di Radio Jodhipati FM antara lain: (1) Program *Giyaran Ringgit Wacucal* adalah siaran wayang kulit yang dilangsungkan setiap malam mulai jam 22.00 hingga 04.00 WIB, dengan pendengar yang tersebar hingga manca negara, seperti Suriname, Belanda, Inggris, Amerika, dan Jepang (Wawancara dengan Doni Widodo dan Dedy Hakso Noegroho, di Radio Jodhipati FM). (2) Program *Sangu Makarya Purih Rahayu* (Sampur) yaitu siaran khusus tembang tayub yang menjadi kesenian ciri khas Nganjuk. Sebagai hiburan melepas lelah bagi para petani yang baru pulang dari aktifitas disawah. (3) Program *Campur Sari Radio Jodhipati* (Sarirojo) berisi tembang campursari sebagai penghantar aktifitas, umumnya ditujukan bagi pendengar wiraswasta dan tani. (4) Program *Macapat* berisi siaran Pendidikan tembang (lagu) Bahasa Jawa oleh guru Bahasa Jawa dari sekolah-sekolah di Kabupaten Nganjuk. Program ini disiarkan 1 minggu sekali dengan durasi waktu 3 jam. Terakhir adalah (5) Program *Campursari Klasik Maton* (Srikaton) yaitu siaran tembang

campursari sebagai pelepas lelah di malam hari dengan selingan kirim salam lewat telpon, WhatsApp, dan Facebook. Sedangkan program dakwah Islam di radio Jodhipati FM, bernama program *Sunaring Ati* berisikan ceramah dan dialog agama Islam yang dipandu oleh dari ustadz-ustadz lokal dan nasional dengan harapan dapat mewujudkan ketenangan batin dan menjalin silaturahmi antara pendengar dengan penyiar. Siaran dakwah Islam ini diiringi lagu berbahasa Jawa dan Bahasa Indonesia dengan nuansa Islami. Sebagian program siaran yang dibuat oleh Jodhipati FM merupakan hasil perencanaan dan keterlibatan partisipatif pendengar radio dan manajemen radio.

C.Simpulan

Radio memiliki peran lebih efektif dibandingkan media massa lainnya, untuk pelestarian bahasa dan budaya daerah. Kelebihan radio untuk pelestarian bahasa dan budaya adalah pada penggunaan bahasa tutur untuk siaran. Kehadiran radio-radio budaya yang bersiaran dengan bahasa-bahasa lokal dan menyiarkan konten budaya lokal secara langsung dapat menjadi penangkal kepunahan bahasa dan budaya, sekaligus menjaga kebhinnekaan budaya Indonesia.

Keberadaan radio-radio budaya harus mendapatkan dukungan dari pemerintah, karena perannya dalam menjaga nilai budaya lokal, menumbuhkan cinta tanah air, melindungi budaya nasional, dan memperkuat ketahanan nasional.

DAFTAR PUSTAKA

Achmad., ZA. 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, ZA. 2020a. *Mediamorphosis: Understanding New Media* (review). In E. R. Nawangsari & A. Kriswibowo (Eds.), *Potret Masyarakat dan Kebijakan Pemerintah Menghadapi Tantangan Pandemi Covid-19*. Penerbit Administrasi Negara.
- Achmad, ZA. 2020b. *Pergeseran Relasi antara Pendengar Radio dengan Institusi Radio dalam Masyarakat Jaringan (Studi Etnografi Virtual pada Radio-radio Budaya di Jawa Timur yang Bermediamorfosis)*. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Achmad, ZA., & Alamiyah, SS. 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, ZA., Arviani, H., & Santoso, NR. 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, ZA., & Ida, R. 2019. The shifting role of the listeners in the mediamorphosis process of culture radio: A case study of Jodhipati 106.1 FM. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 32(3), 240. <https://doi.org/10.20473/mkp.v32i32019.240-250>
- Achmad, Z A., & Juwito. 2020. *Sritanjung FM: Mediamorfosis Dari Radioe Lare Using Menjadi Kebanggaan Banyuwangi*. Penerbit Sahaja.
- Achmad, Z A., Juwito, J., Candrasari, Y., & Ashfaq, A. 2021. Advantages of implementing mediamorphosis in supporting Using-ethnic programs at Radio Sritanjung FM Banyuwangi. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 34(2), 133–146. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.20473/mkp.V34I22021.133-146>
- Akanbi, TA., & 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>
- Akpan, CS. 2004. The Impact of The New Communication Technologies on The Broadcast Industry. *International Journal of Communication*, 1, 70–78.
- Al-hassan, S., Andani, A., & Abdul,-MA. 2011. The Role of Community Radio in Livelihood Improvement: The Case of Simli Radio. *Field Actions Science Reports*, 5(October 2012), 0–6.
- Almurashi, WA. 2017. WHY WE SHOULD CARE ABOUT LANGUAGE DEATH. *International Journal of English Language and Linguistics Research*, 5(5), 62–73.

- Angelone, L. 2018. Virtual Ethnography: The Post Possibilities of Not Being There. *Mid-Western Educational Researcher*, 31(3), 275–295.
- Ardiansyah, FA. 2017. *Strategi dakwah bil lisan Nyai Hj. Naimah di Sumenep*. Surabaya:Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Barber, S. 2010. Smooth jazz : A case study in the relationships between commercial radio formats, audience research and music production. *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 8(1), 57–70. https://doi.org/10.1386/rajo.8.1.51_1
- Benkler, Y. 2006. The Wealth of Networks: How Social Production Transform Markets and Freedom. In *German Law Journal*. Yale University Press. <https://doi.org/10.1177/0894439307301373>
- Brenzinger, M. 2007. *Language Diversity Endangered* (M. Brenzinger (ed.)). Mouton de Gruyter.
- Cochrane, P., Jeffery, G., Dower, R. C., Garnham, J., & McGregor, S. (2008). *The Arts and Community Radio: A CapeUK research report*.
- Dia, S. 2002. *Radio Broadcasting and New Information and Communication Technologies: Uses, Challenges and Prospects*.
- Dudley, D. 2019. Why we should care about rural aging. *Generations*, 43(2), 94–98.
- Faisal, A M., & Alhassan, A. 2018. Community Access and Participation in Community Radio Broadcast: Case of Radio Gaakii, Ghana. *Journal of Development and Communication Studies*, 5(2), 85. <https://doi.org/10.4314/jdcs.v5i2.6>
- Fernando, C., Valiäjrvi, RL., & Goldstein, RA. 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>
- Fidler, R. 1997. *Mediamorphosis: Understanding New Media*. Pine Forge Press.
- 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>
- Herbert, JC. 1988. *Broadcast Speech and the Effect of Voice Quality on the Listener* (Issue October). <https://core.ac.uk/download/pdf/77023622.pdf>
- Hicks, D. 2013. *Radio Broadcasting in Regional or Minority Languages*.
- Hine, C. 2000. *Virtual Ethnography*. Sage Publications Ltd.
- Hine, C. 2004. Virtual Ethnography Revisited. In *Online Research Methods, Research Methods Festival*.

- Hine, C. 2017. Virtual Ethnography: Modes, Varieties, Affordances. In N. Fielding, R. M. Lee, & G. Blank (Eds.), *The SAGE Handbook of Online Research Methods* (pp. 401–415). SAGE. <https://doi.org/10.4135/9780857020055.n14>
- Hoffmann, M. 2009. Endangered Languages , Linguistics , and Culture : Researching and Reviving the Unami Language of the Lenape. *Linguistics*, May.
- Inkinen, E., & Tuominen, A. 2013. *Brand Image of Radio Nostalgia in Finland*. Haaha-Helia University of Applied Sciences.
- Jalaladdini, S., & Oktay, D. 2012. Urban Public Spaces and Vitality: A Socio-Spatial Analysis in the Streets of Cypriot Towns. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 35(December 2011), 664–674. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.02.135>
- Khan, MAA., Khan, MMR., Hassan, M., Ahmed, F., & Haque, SM 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>
- King, G. 2015. Hearing community radio listeners: A storytelling approach for community media audience research. *Participations, Journal of Audience and Reception Studies*, 12(2), 121–136. [http://www.participations.org/Volume 12/Issue 2/7.pdf](http://www.participations.org/Volume%2012/Issue%202/7.pdf)
- Lalima. 2013. Language Learning Through Media : Role of Radio. *Techno LEARN: An International Journal of Edcational Technology*, 3(1), 67–74.
- May, A. 2013. *Why Radio is Still Relevant in a Digital Age*. Just Media. <http://justmedia.com/2013/08/why-radio-is-still-relevant-in-a-digital-age/>
- Mu-azu, IA., & Shivram, GP. 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>
- Mytton, G. 1992. *Handbook on Radio and Television Audience Research*. International Broadcasting Audience Research BBC World Service.
- Nguyen, TTT. 2008. *The Role of Radio and TV in the Life of Ethnic Minorities in Vietnam (Case Study: The H'Mong People in Lao Cai and Lai Chau Province)*. University of Tromso.
- O'Neill, B. 2007. *Digital Technologies and the Future of Radio: Lessons from the Canadian Experience*. University of Lincoln, Lincoln, UK.
- 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>
- Payton, M. 2013. *Action Stations, The Output and Impact of Commercial Radio*. Radio Centre.
- Price, M., Haas, S., & Margolin, D. 2008. New Technologies and International Broadcasting: Reflections on Adaptations and Transformations. *The ANNALS of the American Academy*

- of Political and Social Science*, 616(1), 150–172.
<https://doi.org/10.1177/%0A0002716207312033>
- Rothenbuhler, EW. 1996. Commercial Radio as Communication. *Journal of Communication*, 46(1), 125–143. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1996.tb01464.x>
- 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.
- Sawyer, R., & Chen, GM. 2012. The Impact of Social Media on Intercultural Adaptation. *Intercultural Communication Studies*, XXI(2).
- Schoneboom, A. 2007. Diary of a working boy: Creative resistance among anonymous workbloggers. *Ethnography*, 8(4), 403–423. <https://doi.org/10.1177/1466138107083559>
- Sweeting, A. 2007. The Costs of Product Repositioning: The Case of Format Switching. *Manuscript*.
- 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>
- 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>
- Walker, J. 2004. *Rebels on the Air: An Alternative History of Radio in America* (2nd ed.). New York University Press.
- Wamalwa, EW., & Oluoch, SBJ. 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.
- Warren, S. 2005. *Radio, The Book* (4th ed.). Elsevier Focal Press.
- Wilkinson, C. 2015. Young People, Community Radio and Urban Life. *Geography Compass*, 9(3), 127–139. <https://doi.org/10.1111/gec3.12197>
- 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>