

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam cara manusia mengakses, mengonsumsi, dan memproduksi informasi. Media konvensional yang dulunya bersifat satu arah dan terpusat kini bergeser menjadi media yang partisipatif, terdesentralisasi, dan berbasis jaringan digital. Fenomena ini disebut sebagai *mediamorfosis*, yaitu suatu proses evolusi media lama yang dipengaruhi oleh kemunculan teknologi baru, kebutuhan pendengar, dan tekanan kompetitif antar media (Fidler, 1997). Lebih lanjut, proses mediamorfosis memiliki arti bahwa setiap media tidak dapat berdiri sendiri, melainkan saling memengaruhi dalam proses transformasi dalam sistem komunikasi yang lebih kompleks dan saling terhubung (Achmad, 2020; Fiddler, 2003).

Mediamorfosis tidak hanya mengubah bentuk teknis penyampaian pesan, tetapi juga mengubah struktur sosial, ekonomi, dan budaya dari sistem komunikasi massa (Achmad & Juwito, 2020). Kehadiran internet, media sosial, serta platform audio digital seperti podcast dan layanan streaming telah menciptakan ekosistem media baru yang lebih interaktif dan audiens-sentris (Ala-Fossi et al., 2008; Alzubi, 2023). Audiens media saat ini tidak lagi menjadi konsumen pasif, melainkan terlibat aktif dalam memilih, mengomentari, bahkan menciptakan konten yang aktif (prosumer). Sehingga batas antara produsen dan konsumen informasi menjadi semakin kabur.

Kondisi ini memberikan tantangan sekaligus tuntutan bagi media konvensional, termasuk radio untuk melakukan adaptasi (Achmad & Ida, 2019). Radio yang selama ini menjadi media utama dalam penyampaian informasi dan hiburan, kini harus bersaing hadapi tekanan dari berbagai platform digital yang menawarkan fleksibilitas waktu, personalisasi konten (content on-demand), dan pengalaman mendengarkan yang lebih interaktif dan personal (Akello, 2024). Konteks mediamorfosis, eksistensi radio sangat ditentukan oleh kemampuannya beradaptasi terhadap perubahan perilaku pendengar, integrasi teknologi, serta inovasi dalam pengemasan program siaran.

Sejak kemunculannya pada abad ke-20, radio merupakan salah satu media penyiaran yang paling digemari dan diminati masyarakat (Thielen, 2023). Radio sebagai media komunikasi massa yang paling diminati, radio menyajikan kelebihan dalam merambah pendengar secara luas dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan media massa yang lain seperti media cetak dan televisi (C. F. Jenkins, 2025). Saat ini radio masih menjadi salah satu media yang digemari oleh masyarakat ditengah perkembangan media digital karena memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi, sebagai media hiburan masyarakat, dan pembentukan opini publik (Sarinah et al., 2021).

Radio memiliki tantangan yang besar terhadap munculnya media digital dalam mempertahankan loyalitas pendengarnya (Achmad & Juwito, 2020). Pendengar radio saat ini tidak lagi hanya sebagai konsumen pasif yang mendengarkan konten dari radio, tetapi pendengar radio mulai mengharapkan pengalaman yang lebih interaktif, kemudahan akses, fleksibilitas waktu, dan

program yang menyentuh kebutuhan personal (Akello, 2024). Pendengar menginginkan keterlibatan lebih dalam proses pembuatan konten dan pendengar ingin berinteraksi langsung dengan penyiar radio (Abidin et al., 2022). Kondisi tersebut telah mendorong banyak radio untuk mencari cara dan inovasi baru dalam melibatkan pendengarnya secara langsung dan lebih aktif agar relevan (Sitaniapessy et al., 2024).

Radio berkompetisi dengan media digital melalui inovasi teknis, melalui platform yang menawarkan isi konten yang lebih variatif, unik, interaktif, dan *on-demand* (Laor, 2022). Variatif terlihat dari banyaknya program dengan beragam format dan topik. Unik karena menghadirkan kemasan program melalui narasi *storytelling*, efek suara kreatif, atau kolaborasi dengan influencer, untuk menghadirkan pengalaman personal yang berbeda (Rafqi & Sa'idah, 2023). Interaktif karena menjadikan pendengar dapat berpartisipasi langsung melalui fitur chat, polling, komentar suara, secara real-time (Nurhidayati et al., 2022). *On-demand* karena konten dapat diakses kapan saja oleh audiens melalui aplikasi streaming, website, platform podcast, sehingga pendengar bebas memilih program yang diinginkan (Kencana, 2020).

Respons strategis lainnya oleh radio untuk beradaptasi adalah mengintegrasikan teknologi digital dan memanfaatkan media sosial sebagai saluran interaksi (Ala-Fossi et al., 2008). Internet, sosial media, podcast, dan layanan streaming video telah mengubah pola konsumsi pendengar radio secara drastis (Alzubi, 2023). Penelitian Riyanti (2024), menunjukkan bahwa integrasi media sosial dapat memperluas jangkauan siaran dan menciptakan ruang partisipasi yang

memperkuat loyalitas pendengar. Hal ini menandakan bahwa inovasi radio tidak cukup hanya pada aspek teknis, tetapi juga harus menyentuh aspek komunikasi dan partisipasi komunitas secara *real-time* agar relevan. Radio yang mampu beradaptasi dengan inovasi pada preferensi pendengar dan konten program yang unik, personal, dan relevan dengan kekinian, akan mampu bertahan (Damayanti et al., 2024).

Lebih dari itu, inovasi dalam dunia radio juga menuntut pendekatan kreatif dalam produksi konten yang relevan dan menarik bagi pendengar. Radio perlu melakukan “redefinisi peran” dengan cara mengeksplorasi konten lokal, format hiburan baru, serta strategi digitalisasi yang memungkinkan interaksi dua arah (Day, 2022). Sementara Olsen dan Furseth (2023) menekankan pentingnya inovasi berbasis nilai dan adaptasi institusi media terhadap dinamika sosial. Termasuk tentang bagaimana institusi media mampu menyesuaikan praktik kerjanya, struktur organisasinya, dan nilai-nilai jurnalisme yang dianut. Pada konteks inilah keterlibatan komunitas menjadi kunci penting dalam menciptakan konten yang bermakna dan sesuai dengan kebutuhan lokal.

Sebagaimana penegasan Nurliansyah (2024) bahwa keberlanjutan radio di masa kini sangat bergantung pada kemampuannya membangun hubungan emosional dan sosial dengan audiens, bukan hanya menyajikan informasi satu arah seperti dalam model siaran tradisional. Audiens radio merupakan komunitas sosial, yang perannya semakin signifikan di era digital. Komunitas audiens tidak lagi hanya sebagai pendengar pasif, tetapi juga sebagai mitra aktif dalam produksi konten, distribusi informasi, hingga pengawasan terhadap kualitas siaran. Media komunitas memberikan ruang partisipatif yang memungkinkan masyarakat untuk

menyuarakan aspirasi mereka dan membentuk identitas kolektif di luar dominasi media arus utama (Rahmawati et al., 2025).

Partisipasi aktif masyarakat dalam jurnalisme warga masih menjadi tantangan di berbagai platform media. Penelitian menunjukkan bahwa secara umum audiens kurang berminat terlibat dalam pembuatan konten berita, sehingga kontribusi mereka cenderung rendah dan semakin bermasalah (Azkia et al., 2023). Konteks di Indonesia, fenomena serupa terlihat sebuah eksperimen blog jurnalisme warga hanya memperoleh belasan kontribusi berita dalam satu bulan meski dikunjungi banyak pembaca. Rendahnya partisipasi ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain keterampilan literasi dan kepercayaan diri (Malaya, 2025). Warga sering ragu mengirimkan berita karena kurang percaya diri menulis, keterbatasan waktu, serta ketidakbiasaan menggunakan platform digital. Kecenderungan budaya komunikasi lisan di Indonesia masyarakat lebih suka mendengar dan berbicara daripada membaca dan menulis juga turut membatasi jumlah kontribusi tertulis dalam jurnalisme warga (Nasir, 2025). Kondisi ini mengindikasikan perlunya peran media arus utama untuk mendorong jurnalisme partisipatif, karena afiliasi dengan media yang dikenal dapat meningkatkan minat publik untuk berkontribusi.

Pendekatan partisipatoris ini juga diadopsi oleh sejumlah stasiun radio lokal, termasuk M Radio 98.8 FM Surabaya. Melalui komunitas Keluarga Reporter M Radio (KRMR), stasiun ini membangun model partisipasi pendengar yang unik. Komunitas KRMR tidak hanya memberikan *feedback* terhadap isi siaran, tetapi juga secara aktif menyumbangkan konten, memberikan informasi lalu lintas, hingga berinteraksi langsung dengan penyiar dalam berbagai program dan kegiatan luar

siaran. Keluarga Reporter M Radio pertama kali muncul pada tahun 2018 dan masih aktif hingga saat ini dibawah kepemimpinan Randy Pranadi yang beranggotakan 181 anggota.

Keterlibatan komunitas *Keluarga Reporter M Radio* (KRMR) dapat dikaji melalui kerangka *Participatory Culture* dari Henry Jenkins. Jenkins (2009) menyatakan bahwa budaya partisipatif ditandai oleh peran aktif komunitas dalam menghasilkan, menyebarkan, dan memaknai konten media. Terdapat empat bentuk partisipasi utama dalam budaya ini yaitu afiliasi, ekspresi, kolaborasi, dan sirkulasi. Dalam konteks KRMR, keempat aspek tersebut tercermin jelas. Pertama, anggota KRMR berafiliasi dalam komunitas pendengar M Radio yang solid, baik melalui grup media sosial maupun kegiatan off-air (afiliasi). Kedua, mereka turut *mengekspresikan* diri dengan memproduksi konten informasi local misalnya laporan lalu lintas atau peristiwa kota yang dikirim ke stasiun (ekspresi). Ketiga, KRMR melakukan kolaborasi dengan penyiar profesional di M Radio, berbagi tugas dalam mengumpulkan dan memverifikasi informasi yang akan disiarkan (kolaborasi). Keempat, komunitas ini membantu mendistribusikan atau mengalirkan informasi lokal kepada masyarakat luas melalui jaringan M Radio (sirkulasi). Dengan kata lain, KRMR menjadi wujud budaya partisipatif, di mana pendengar tidak lagi pasif melainkan berperan sebagai produser bersama dalam ekosistem media lokal. Hal ini sejalan dengan pandangan Jenkins (2016b) bahwa era media baru mendorong audiens menjadi mitra aktif yang berkontribusi pada konten dan penyebaran informasi.

Beberapa studi menunjukkan bahwa kekuatan utama dari media komunitas terletak pada kedekatannya dengan realitas sosial dan budaya masyarakat. Nurfathiyah (2021) menekankan bahwa radio komunitas menyediakan ruang demokratis yang dapat melibatkan warga dalam proses komunikasi. Sementara itu, Jati (2023) melihat media komunitas sebagai bentuk partisipasi langsung masyarakat dalam memproduksi makna dan identitas kolektif, yang memperkuat kohesi sosial di tingkat lokal. Hal ini menjadikan media komunitas bukan sekadar media penyampai informasi, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial.

Komunitas KRMR bekerja sama dengan M Radio 98.8 FM Surabaya untuk merespons dan memahami isu-isu lokal, seperti informasi kemacetan, kondisi ekonomi daerah, dan cuaca. Di tengah dominasi informasi global, keunggulan radio lokal terletak pada kemampuannya menyajikan konten yang relevan dengan kehidupan sehari-hari masyarakat setempat. Melalui keterlibatan komunitas pendengar, radio menjadi lebih tanggap terhadap kebutuhan pendengar dan mampu menghasilkan siaran yang mencerminkan permasalahan serta kepentingan masyarakat di sekitarnya (Rusmana et al., 2024).

Kehadiran KRMR sebagai komunitas pendengar aktif menjadi contoh nyata dari transformasi hubungan antara media dan audiens. KRMR merupakan komunitas yang terbentuk secara organik karena loyalitas pendengarnya, dan menjadi mitra strategis dalam memperkaya konten siaran. Anggota komunitas ini rutin menyampaikan informasi lokal melalui berbagai kanal, termasuk media sosial, dan berkontribusi dalam merancang program yang lebih responsif dan variatif. Mereka juga berpartisipasi dengan sukarela pada saat M Radio 98.8 FM Surabaya

mengadakan acara di luar program siaran hal tersebut dapat dilihat pada Instagram @keluargareportermradio (<https://www.instagram.com/keluargareportermradio>) (Saha, 2025).

Fenomena ini memperlihatkan bahwa partisipasi komunitas dapat menjadi sumber inovasi yang berkelanjutan bagi stasiun radio lokal. Studi-studi sebelumnya telah membahas pentingnya pelibatan komunitas dalam pelestarian budaya lokal atau penguatan identitas, namun belum banyak yang meneliti bagaimana komunitas secara aktif memengaruhi isi dan strategi program siaran harian. KRMR menunjukkan bahwa komunitas pendengar bukan hanya konsumen, tetapi juga co-creator dalam ekosistem media.

Penelitian ini memperkuat argumen bahwa keterlibatan komunitas audiens aktif seperti KRMR bukan hanya strategi komunikasi, melainkan sebuah bentuk kemitraan berkelanjutan antara media dan pendengarnya. Sehingga penelitian ini menawarkan kontribusi baru, yaitu melihat peran komunitas bukan sekadar pendukung program, tetapi sebagai mitra aktif dalam memperbaiki pola siaran yang monoton dan meningkatkan kualitas isi siaran M Radio 98.8 FM Surabaya secara menyeluruh, khususnya pada program siaran Morning Drive.

Program siaran “Morning Drive” pukul 06.00–10.00 WIB dipilih sebagai fokus penelitian karena jam tersebut merupakan *prime time* radio dengan tingkat audiens tertinggi. Secara umum, pendengar radio mencapai puncaknya pada jam-jam sibuk pagi hari ketika orang berangkat kerja atau sekolah. Penelitian mengenai program berita pagi di radio menegaskan bahwa pukul 06.00–09.00 WIB adalah periode di mana masyarakat sibuk mempersiapkan diri (ke sekolah, ke kantor, dan

sebagainya), sehingga kebutuhan akan informasi utilitas sangat tinggi khususnya info lalu lintas dan cuaca. Informasi lalu lintas *real-time* di pagi hari terbukti bermanfaat bagi pendengar untuk menghindari kemacetan dalam perjalanan menuju aktivitas mereka. Demikian pula, update cepat mengenai cuaca atau kejadian lokal sangat dibutuhkan sebagai panduan di awal hari. Program “Morning Drive” secara strategis menyediakan sesi interaksi cepat, di mana pendengar dapat berkontribusi langsung melalui laporan singkat via telepon atau pesan singkat (SMS/WA, dan M Space) yang dibacakan penyiar. Dengan interaktivitas semacam ini, Morning Drive menjadi wahana ideal penerapan jurnalisme warga: pada jam prime time tersebut, masyarakat tidak hanya membutuhkan informasi aktual, tetapi juga terdorong untuk terlibat berbagi info secara kolaboratif dan segera. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan partisipasi jurnalisme warga melalui KRMR, sekaligus memenuhi kebutuhan informasi publik Surabaya di jam-jam sibuk pagi hari.

Berdasarkan paparan latar belakang masalah tersebut, penelitian ini berfokus pada partisipasi komunitas KRMR dalam program siaran M Radio 98.8 FM Surabaya. Judul penelitian ini adalah **“Peran Keluarga Reporter M Radio dalam Meningkatkan Partisipasi Jurnalisme Warga pada Program Siaran Morning Drive M Radio 98.8 FM Surabaya”** yang bertujuan untuk melihat peningkatan partisipasi jurnalisme warga yang ada pada komunitas KRMR.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis dapat merumuskan tiga rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi difusi inovasi Keluarga Reporter M Radio dalam mendukung partisipasi jurnalisme warga pada program siaran Morning Drive M Radio 98.8 FM Surabaya?
2. Bagaimana bentuk partisipasi Keluarga Reporter M Radio dalam mendukung terciptanya budaya jurnalisme warga pada program siaran Morning Drive M Radio 98.8 FM Surabaya ditinjau dari teori *participatory culture*?
3. Bagaimana proses keterlibatan Keluarga Reporter M Radio dalam mendorong partisipasi jurnalisme warga pada program siaran Morning Drive M Radio 98.8 FM Surabaya ditinjau dari *community media*?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah di atas, sebagai berikut:

1. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi difusi inovasi Keluarga Reporter M Radio dalam mendukung partisipasi jurnalisme warga pada program siaran Morning Drive M Radio 98.8 FM Surabaya.
2. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk partisipasi Keluarga Reporter M Radio dalam mendukung terciptanya budaya jurnalisme warga yang aktif, kolaboratif, dan berkelanjutan pada program siaran Morning Drive M Radio 98.8 FM Surabaya.

3. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses keterlibatan Keluarga Reporter M Radio dalam mendorong partisipasi jurnalisme warga pada program siaran Morning Drive M Radio 98.8 FM Surabaya ditinjau dari teori *community media*.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari beberapa aspek, anantara lain:

1.4.1. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian komunikasi komunitas, khususnya mengenai peran pendengar aktif dalam media lokal. Melalui studi terhadap partisipasi Keluarga Reporter M Radio
2. Penelitian ini memperkaya pemahaman tentang bagaimana pendengar tidak hanya sebagai penerima pesan, tetapi juga sebagai pelaku aktif dalam proses produksi dan pengembangan isi siaran. Konsep media berbasis partisipasi dalam konteks lokal menjadi lebih aplikatif, terutama dalam menjawab tantangan mediamorfosis dan keberlanjutan media radio di era digital.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini memberikan masukan yang lebih baik bagi pengelola radio lokal, khususnya M Radio 98.8 FM Surabaya, untuk mengembangkan kemitraan strategis dengan komunitas pendengar sebagai bentuk inovasi program siaran. Melalui pelibatan aktif komunitas seperti Keluarga Reporter M Radio, stasiun radio dapat memperkuat kedekatan dengan pendengar dan meningkatkan kualitas kontennya.

2. Penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi radio lokal lain dalam membangun pola partisipasi yang efektif guna mempertahankan eksistensi di tengah persaingan media digital.