

Upaya Radio Elbayu Sebagai Radio AM Bertahan Di Era Digital

¹Jihan Nur Havisa, ²Lukman Hakim, ³Maulana Arief
^{1, 2, 3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
havijajihan@gmail.com

Abstract

Radio has entered the digital era as well as being involved in the arena of new technological competition. Conventional Radio used to be radio that listeners really appreciated, now they are forced to accept technology as a new tool to broadcast various listeners' content. However, in reality there are conventional radios that still exist even from AM transmitters. Radio Elbayu is a radio that operates with an AM transmitter and has managed to survive one era above FM Radio. Radio Elbayu is even financially able to operate and still get advertising quota. This makes researchers interested in conducting research with the formula "how are Radio Elbayu's efforts to survive in the digital era?". This study uses a qualitative method with a case study approach. Researchers chose Radio Elbayu to be the object of research and research data collection techniques in the form of interviews and documentation. Based on the concept of media management and media economic theory, it was found that Radio Elbayu was able to survive in the digital era because of the role of human relations which became a study in the field of communication.

Key Word : *Elbayu radio, am radio, efforts, finance, human relations, existence, digital.*

Abstrak

Radio telah memasuki era digital sekaligus terlibat dalam arena persaingan teknologi baru. Radio Konvensional dulunya menjadi radio yang sangat dielukan pendengar, kini dipaksa untuk menerima teknologi sebagai alat baru untuk menyiarkan berbagai konten pendengarnya. Namun, pada kenyataannya radio konvensional ada yang masih eksis bahkan dari pemancar AM. Radio Elbayu adalah radio yang beroperasi dengan pemancar AM dan berhasil bertahan satu era di atas Radio FM. Radio Elbayu bahkan mampu secara finansial untuk beroperasi dan tetap mendapatkan jatah iklan. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan rumusan "*bagaimana upaya Radio Elbayu bertahan di era digital?*". Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Peneliti memilih Radio Elbayu menjadi objek penelitian dan teknik pengambilan data penelitian berupa wawancara dan dokumentasi. Dengan landasan konsep media manajemen dan teori ekonomi media menemukan bahwa Radio Elbayu mampu bertahan di era digital karena peran *human relations* yang menjadi kajian dalam bidang komunikasi.

Kata kunci : *Radio Elbayu, radio am, upaya, finansial, human relations, eksistensi, digital.*

Pendahuluan

Radio AM adalah radio dengan pemancar generasi pertama yang lebih dulu eksis dibandingkan dengan radio FM. Pada masanya, Radio AM sempat berperan besar di Indonesia. Namun pada era 1980-an, banyak Radio berpindah ke siaran FM karena FM menawarkan teknologi yang lebih baru dengan suara yang lebih jernih.

Dulu Radio AM menjadi radio yang sangat dibanggakan oleh para pendengarnya. Namun ketika teknologi FM masuk dan mulai membuat banyak pemilik untuk berpindah ke FM, AM sebagai pemancar dengan suara yang dinilai kurang stabil karena bergantung pada cuaca pun kian ditinggalkan.

Namun dengan sebuah fenomena pemindahan pemancar secara missal tersebut, masih ditemukan radio AM yang tetap beroperasi seperti sedia kala. Bahkan hal ini tidak membuat mereka gentar untuk tetap menyiarkan konten yang sesuai dengan style mereka. Radio FM di era digital menemukan masalah sendiri untuk bertahan dimana tak sedikit dari mereka yang akhirnya mrlakukan upaya konvergensi untuk bertahan di era digital. Perpindahan radio konvensional dan mulai masuk kedalam platform digital sudah banyak dilakukan oleh radio FM raksasa di Indonesia. Hal ini dianggap karena banyak masyarakat urban yang menghabiskan waktunya banyak di internet. Sehingga hal ini memudahkan untuk para radio menggaet pendengar baru dan mempertahankan pendengar lamanya yang ingin tetap mendengarkan siaran lewat streaming.

Radio Elbayu sebagai radio yang masih menggunakan pemancar AM tidak memiliki jatah izin untuk berkiprah dalam pemancar FM. Selain itu, Radio Elbayu juga masih belum berkonvergensi ke arah digital. Selain melakukan operasional seperti biasanya, Radio Elbayu melakukan kegiatan di era digital ini dengan memanfaatkan platform media social seperti Instagram untuk membagikan informasi pengajian sesuai dengan siaran yang dibagikan. Serta pamphlet dari sponsor yang dibagikan secara langsung di media sosial. Namun Radio Elbayu dapat bertahan di era digital bahkan mampu mempertahankan pendengarnya. Mereka juga masih memiliki iklan yang berlangganan serta secara finansial dapat beroperasi setiap bulannya.

Radio Elbayu menjadi satu-satunya radio swasta di Gresik yang tersisa. Uniknya Radio Elbayu masih menggunakan pemancar AM yakni pemancar yang harusnya sudah ditinggalkan sejak berpuluh-puluhan tahun yang lalu. Namun pada praktiknya, pemancar AM ini adalah salah satu cara Radio Elbayu tetap melakukan siaran di era digital. Selain itu, banyak pendengar setia Radio Elbayu yang masih memilih untuk tetap mendengarkan siarannya karena telah menjadi pendengar setia sejak kiprahnya yang telah sukses pada era 1980-an hingga akhir 1990-an. Terjadi penurunan eksistensi setelahnya secara ekonomi karena banyaknya persaingan ketat dalam dunia penyiaran radio terlebih dari radio FM. Namun dengan melakukan beberapa pengembangan dan maintain yang baik, Radio Elbayu masih mampu hidup meskipun dalam pemancar AM.

Seperti yang banyak diketahui bahwa (Ni Made. 2018) promosi periklanan serta menjaga kualitas penyiaran yang ada di Radio Suara dan media sosial memiliki peran yang sangat tinggi dalam melakukan kegiatan promosi periklanan serta menarik minat calon pendengar radio baru. Selain itu (Nielsen. 2016) pada tahun 2016 membuktikan bahwa konsumen radio masih di angka 38% dibandingkan dengan pesatnya industri teknologi TV, Media luar ruang, dan Internet. Namun tidak dijelaskan lebih rinci lagi berapa persen pendengar radio AM, FM, dan *streaming*. Sehingga data pendengar radio AM masih belum memunculkan angka pasti pendengar yang masih aktif. Selama penelitian ini dibuat, sangat terbatas penelitian yang dilakukan di radio AM. Peneliti menemukan bahwa Radio Silaturahmi 720 AM di Bekasi (Rizal. 2022) melakukan upayanya untuk bertahan di era digital dengan tetap menyiarkan dakwah seperti yang pendengarnya butuhkan. Tidak hanya itu, secara finansial, Pemilik Radio Silaturahmi 720 AM sudah mewakafkan radio tersebut untuk kepentingan dakwah dan memberikan kesempatan pendengarnya untuk berkontribusi dalam membiayai operasional radio. Disisi lain, terdapat penelitian yang dilakukan di Radio Koncotani 702 AM. (Nurul. 2013). Menemukan bahwa hal yang paling mampu mempertahankan radio tersebut adalah strategi *positioning*-nya yang mampu mempertahankan pendengar di Yogyakarta dan mampu membuatnya tetap eksis untuk

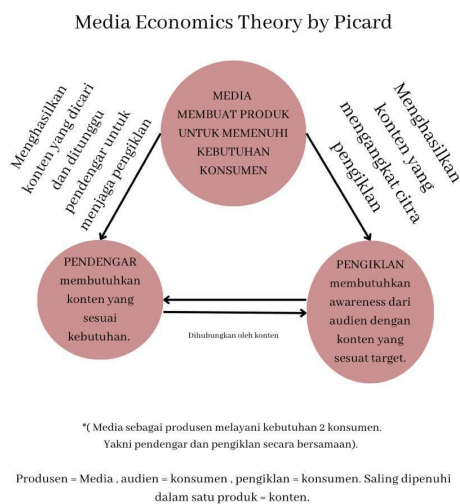
menyiarkan kebudayaan jawa. Secara riset, radio tersebut mengetahui segmen pendengarnya yang membutuhkan siaran tentang kebudayaan jawa yang kental terutama di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dari banyaknya penelitian yang dilakukan, tidak ada secara spesifik yang menggambarkan sebuah radio AM mampu bertahan di era saat ini. Dalam buku yang ditulis oleh Alexandre (2004) juga menjabarkan bahwa mengoperasikan industri penyiaran memiliki biaya yang besar. Dengan keterbatasan penunjang dalam industri penyiaran dan kompetisi yang tinggi, sangat penting sebagai sebuah radio untuk bertahan di arus yang deras digital saat ini. Namun Radio Elbayu mampu bertahan di era digital dan masih melakukan operasional layaknya radio konvensional seperti sedia kala. Hal ini menarik peneliti untuk meneliti lebih lanjut bahwa ditemukan sebuah kasus adanya radio AM yang masih mampu beroperasi di era digital. Dengan merumuskan masalah sebagai “Bagaimana Radio Elbayu bertahan di era digital?”. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus untuk mempelajari dan secara langsung terlibat bagaimana Radio Elbayu dapat beroperasi di era digital.

Metode Penelitian

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk menggambarkan hal-hal apa saja yang terjadi dalam upaya Radio Elbayu bertahan di era digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus yang bertujuan untuk mempelajari lebih dalam bagaimana upaya Radio Elbayu mempertahankan eksistensinya di era digital. Dengan paradigma interpretatif, kasus Radio Elbayu ini akan digambarkan dan dimaknai oleh peneliti sebagaimana adanya dan sebagaimana peneliti secara empati terlibat didalamnya.

Penelitian ini berlandaskan pada Teori yang dicetuskan oleh Picard (1998) menyebutkan bahwa ekonomi media juga berkaitan dengan industri media yang mengalokasikan berbagai sumber untuk menghasilkan materi informasi dan hiburan untuk memenuhi kebutuhan audiens, pengiklan, dan institusi lainya. Ekonomi media melahirkan tiga konsep diantaranya sumber ekonomi, produksi, serta konsumsi. Ekonomi media memandang media sebagai institusi atau industri yang berupaya untuk mencari keuntungan. Studi ekonomi media umumnya baru menjadi bidang studi di dunia ilmu komunikasi (Usman K.S. 2017).



Gambar 1. Diagram Media dalam Industri media

Picard menjabarkan bahwa industri media sebagai produsen yang melayani dua konsumen sekaligus. Konsumen dalam konteks ini adalah pendengar yang membutuhkan konten dari media tersebut. Dan pengiklan yang membutuhkan konten untuk menyampaikan citra mereka kepada masyarakat.

Kesaling-terikatan ini adalah teori yang digambarkan oleh Picard dalam ekonomi media sebagaimana media penyiaran masih dalam pembahasan ekonomi dilihat dari kebutuhannya untuk memenuhi pendengar. Disisi lain, ekonomi media juga merupakan pembahasan dari kajian komunikasi dari segi konten dan cara sebuah komunikasi menyampaikan informasinya kepada komunikator lewat media. Didukung dengan konsep media manajemen modern oleh Alan Albarran yang membuktikan bahwa manajemen dengan strategi memanusiakan tenaga kerja dan menyamakan tujuan dengan cara memotivasi kebutuhan karyawan akan menemukan loyalitas antar pekerja untuk lebih maksimal setiap bidangnya.

Didukung dengan Teori Niche yang dipaparkan oleh Levin S.A. Dalam Tamrin (2019) Teori Niche dianalogikan sebagai media dapat digambarkan seperti makhluk-mahluk hidup yang harus mempertahankan hidupnya dalam suatu lingkungan (pasar). Bagaimana ia bertahan dan bagaimana makhluk media tersebut mampu mencari-mendapatkan dan merebut sumber makanan yang tersedia dalam lingkungan tersebut. Persoalannya adalah jika sumber makanan yang ada di lingkungan tersebut terbatas. Sementara makhluk hidup yang menggantungkan dirinya kepada sumber tersebut semakin banyak maka faktor kompetisi tidak terelakan.

Analogi ini relevan dengan penggambaran konsep ekonomi media oleh Alan Albarran yang mana akan memanfaatkan sumber-sumber terbatas agar industri media dapat bertahan. Lewin mengatakan bahwa Teori Niche ditentukan dengan 3 faktor :

1. Ruang sumber penunjang atau bisa disebut dengan Niche Breadth.
2. Penggunaan lebih dari satu penunjang sehingga terjadinya tumpang tindih dan saling ketergantungan disebut Niche Overlap.
3. Jumlah seluruh penunjang dalam satu populasi.

Menurut Tamrin (2019) Teori niche dapat digunakan kepada riset industry media massa terutama penyiaran. Menurut Dimmick dan Eric Rohtenbuhler mengatakan bahwa sumber penunjang kehidupan media itu ada tiga: (1) Faktor capital, pada umumnya dilihat melalui iklan yang masuk dalam media tersebut, selain permodalan. Hal tersebut juga menyangkut besaran iklan (misalnya secara nasional) dan bagaimana proporsi yang akan dikonsumsi oleh berbagai media-dan khususnya yang diperebutkan oleh radio. (2) faktor audience pada dasarnya dapat dilihat melalui dua hal yaitu dari data asumsi/profile media yang bersangkutan atau dari penelitian khusus untuk mengetahui profile khalayak dan kebutuhan konsumsi media mereka. (3) faktor content merupakan deskripsi isi dari media yang bersangkutan, hal tersebut dapat dilihat dari berb. agai rubrikasi/program acara yang ada.

Hasil dan Pembahasan

1.1. Radio Elbayu bertahan di AM

Penemuan Radio Elbayu sebagai radio AM yang masih beroperasi dan masih memiliki pendengar dan pengiklan membuat kajian ini menarik untuk dibahas dan dipelajari sebagai sebuah kasus. Radio Elbayu telah lama beroperasi di pemancar AM terlebih pada masa kejayaannya di era 1980-1990-an. Masa emas Radio Elbayu ini yang memungkinkan mereka masih memiliki pendengar setia. Serta penyiar yang masih memilih untuk bersiaran di Radio Elbayu karena kepopulerannya masih disambut oleh pendengar setianya. Keberadaan pendengar yang masih memilih Radio Elbayu sebagai stasiun mereka untuk saling berinteraksi melalui udara membuktikan bahwa Radio Elbayu masih memiliki receiver. Meskipun di era sekarang tidak banyak *receiver* terlebih

untuk pemancar AM, namun siaran Radio Elbayu masih ditangkap oleh pendengarnya. Bahkan masih banyak pendengar Radio Elbayu memilih untuk menghubungi Radio Elbayu menggunakan telepon seluler dan telepon kabel disaat banyak pendengar dari radio lain menghubungi radio menggunakan media Whatsapp, dan komentas *social media*.

Dengan tetap berada di siaran AM, Radio Elbayu mendapati hambatannya karena AM banyak melibatkan kondisi cuaca pada proses siarannya. Radio Elbayu harus tetap mengecek kondisi cuaca agar bisa melakukan siaran karena apabila penyiar memaksa untuk bersiaran ditengah badai, bisa berpotensi pemancar untuk terserang petir dan akhirnya memerlukan biaya *maintenance* dan servis pemancar yang memerlukan waktu yang lama. Hal ini dikarenakan sparepart yang dibutuhkan oleh pemancar AM sudah kuno dan tidak banyak lagi beredar di pasaran.

Tidak adanya minat investor untuk membiayai konvensional juga termasuk dalam hambatan Radio Elbayu karena tidak dipungkiri, Radio Elbayu masih membutuhkan biaya operasional yang lebih untuk dapat mengejar teknologi dan perkembangan jaman. Oleh sebab itu, Radio Elbayu pun kini juga memanfaatkan platform digital dengan biaya seminimal mungkin karena masih belum dapat membuat konten yang konsisten dan masih belum berkonvergensi media secara penuh. Perkembangan inilah yang nantinya digunakan oleh Radio Elbayu untuk melakukan regenerasi pendengar. Selibhnya, akan dibahas lebih dalam tentang bagaimana Radio Elbayu melakukan upayanya untuk bertahan di era digital.

1.2. Radio Elbayu dalam bertahan di era digital

Dalam bertahan di era digital, Radio Elbayu melakukan beberapa upaya dan strategi sebagai berikut :

a. Efisiensi finansial

Dibutuhkan biaya besar untuk mendirikan stasiun radio. Manajemen Radio Elbayu melakukan penghematan finansial dengan membiayai gaji karyawan, utilitas, maintenance, serta pajak dan iuran PRSSNI. Radio Elbayu memiliki tiga penyiar aktif dan satu pimpinan. Mereka juga mengandalkan iklan sebagai sumber pemasukan. Kegiatan off-air seperti penjualan produk dan penyewaan properti menjadi sumber pendanaan tambahan. Radio Elbayu masih belum menghasilkan dari kegiatan online. Mereka mengutamakan perhatian kepada karyawan dan menciptakan lingkungan kerja yang harmonis untuk menjaga keberlanjutan dan perkembangan mereka.

Menurut Mohammad Ismed (2017), radio dapat bertahan sebagai bisnis dengan mendapatkan keuntungan melalui kegiatan sebagai media komunikasi. Radio mengalami evolusi dengan adanya inovasi dalam kegiatan on air, off air, dan online. Saat ini, Radio Elbayu masih mengandalkan pemasukan dari iklan dan kegiatan on air. Kegiatan off-air seperti penjualan produk dan penyewaan properti juga dapat menjadi sumber pendanaan tambahan. Namun, Radio Elbayu belum sepenuhnya mengoptimalkan kegiatan online dan belum mendapatkan hasil dari hal tersebut.

Di sisi lain, Radio Elbayu mengutamakan perhatian terhadap karyawan dan memperlakukan mereka sebagai bagian dari keluarga. Pendekatan ini bertujuan untuk menciptakan motivasi yang tinggi di antara karyawan agar mereka memberikan umpan balik positif dan berperan aktif dalam menjaga keberlangsungan radio Elbayu. Dengan melibatkan karyawan secara lebih dalam dan memberikan perhatian yang baik, Radio Elbayu berharap dapat menciptakan

lingkungan kerja harmonis yang memotivasi setiap individu untuk memberikan kontribusi maksimal, sehingga radio Elbayu dapat tetap eksis dan berkembang.

b. Pengelolaan dan strategi sumber pendanaan

Radio Elbayu memaksimalkan iklan sebagai sumber pendanaan utama. Mereka bekerja sama dengan Pondok Pesantren untuk menjual merchandise dan mendapatkan dukungan tambahan. Selain itu, pembiayaan dari pemilik juga menjadi sumber dana saat iklan terbatas. Radio Elbayu memiliki hubungan yang kuat dengan pengiklan lokal seperti Roti Nissin dan Ramayanan departemen store. Mereka tidak bergantung pada satu sumber pendanaan, melainkan melakukan diversifikasi pendapatan. Radio Elbayu mencapai niche overlap dengan mengandalkan pengiklan, pendengar, dan program penyiaran.

Teori Niche menjelaskan tentang Niche breadth dan Niche overlap dalam hubungan antara populasi dan sumber penunjang hidupnya. Jika populasi bergantung pada satu jenis sumber, disebut spesialis, jika bergantung pada beragam jenis sumber, disebut generalis. Niche overlap mengacu pada sejauh mana populasi memiliki kesamaan dalam ketergantungan terhadap sumber penunjang hidup.

Radio Elbayu tidak tergantung pada satu sumber pendanaan. Mereka menggunakan diversifikasi pendapatan dan dana dari pemilik untuk memenuhi kebutuhan operasional. Radio Elbayu memiliki ketergantungan pada pengiklan, pendengar, dan program penyiaran. Menerapkan Niche Overlap, Radio Elbayu memenuhi konsep teori niche secara kapital.

c. Strategi mendapatkan iklan

Radio Elbayu sebagai radio swasta tetap mendapatkan iklan di Radio AM. Mereka memanfaatkan relasi iklan langganan seperti Roti Nissin dan Ramayana. Radio Elbayu juga menjaga relasi dengan mantan tenaga kerja dan memanfaatkan ILM dari pejabat pemerintahan. Citra Bung Joko, tokoh radio senior, membantu mempertahankan citra Radio Elbayu. Mereka juga memiliki hubungan dengan Radio Pantura dan melakukan pertukaran konten. Secara eksternal, Radio Elbayu melakukan profiling dan menjalin relasi dengan pemilik radio lain. Radio Elbayu mengikuti teori niche overlap dengan ketergantungan pada pengiklan, pendengar, dan program penyiaran. Industri radio memiliki pasar produk ganda yang menawarkan konten kepada pendengar dan akses ke pendengar kepada pengiklan. Radio Elbayu tidak membatasi jenis iklan, tetapi lebih fokus pada pengiklan yang sesuai dengan target audiens mereka. Permintaan di radio melibatkan konsumen, pengiklan, dan pemilik stasiun.

Iklan sangat dinantikan oleh industri media, termasuk Radio Elbayu. Mereka tidak membatasi jenis iklan selama tidak melanggar larangan pemerintah. Salah satu jenis iklan yang sering muncul adalah tentang obat herbal, meskipun Radio Elbayu hanya mengiklankan dan bukan menjual obat-obatan seperti radio AM lainnya.

Radio memiliki kemampuan untuk menjangkau berbagai format, sehingga menarik bagi pengiklan yang mencari audiens tertentu. Radio Elbayu merasa memiliki kesamaan dalam hal ini, di mana biro iklan melakukan pencarian sendiri untuk mengiklankan di Radio Elbayu karena audiens target mereka sudah tersegmentasi secara alami.

Permintaan di radio memiliki tiga bentuk yang berbeda, yaitu permintaan konsumen terhadap stasiun dan konten yang disediakan, permintaan dari pengiklan, dan permintaan terkait stasiun radio dari pemilik dan calon pemilik. Permintaan konsumen terhadap radio dapat diilustrasikan melalui statistik yang disusun oleh

Radio Advertising Bureau yang menunjukkan kekuatan dan cakupan radio sebagai media yang populer.

d. Mempertahankan pendengar

Pendengar mempengaruhi bertahannya sebuah radio dalam ekonomi media. Radio Elbayu tetap mempertahankan pendengarnya karena memiliki iklan dan pendengar yang membutuhkan kontennya. Konten Radio Elbayu meliputi mix dangdut, pop, berita ringan, dan hiburan seperti sandiwara radio. Penyiar Radio Elbayu berfungsi sebagai penguat dan memberikan klarifikasi berita. Mereka menciptakan kenyamanan bagi pendengar dan berinteraksi dengan mereka dengan ramah. Radio Elbayu juga melakukan silaturahmi ke rumah pendengar, yang menjadi keunikan mereka. Mereka juga menambahkan siaran kajian dakwah dalam kerjasama dengan pondok pesantren. Program interaktif Radio Elbayu mempertahankan konten yang mendapatkan respon positif dari pendengar dan menarik minat pengiklan. Radio Elbayu memiliki pengelolaan segmentasi sendiri melalui frekuensi AM. Pimpinan Radio Elbayu berkomitmen meningkatkan kualitas audio dan memperluas jangkauan siaran secara nasional. Mereka bertujuan memberikan hiburan, informasi akurat, mempertahankan budaya bangsa, memberikan hiburan sehat, dan membentuk budi pekerti dan jati diri bangsa di tengah arus globalisasi. Ekonomi media memberikan wawasan penting tentang pilihan media dan komunikasi, yang relevan untuk tahun-tahun mendatang.

Program-program interaktif Radio Elbayu mendapatkan respons positif dari pendengar, sehingga konten yang disajikan dianggap layak dan menarik minat pengiklan. Biro iklan pun sering memberikan jatah iklan kepada Radio Elbayu. Hal ini sesuai dengan konsep Teori Niche dalam format program, di mana Radio Elbayu memiliki segmentasi yang terkelola dengan baik melalui frekuensi AM. Pimpinan baru, Qoushy, berkomitmen untuk meningkatkan kualitas audio dan memperluas jangkauan siaran secara nasional dengan memanfaatkan sumber daya teknologi yang ada. Tujuannya adalah memberikan hiburan, informasi yang akurat, melestarikan budaya bangsa, memberikan hiburan yang sehat, serta membentuk budi pekerti dan jati diri bangsa di tengah arus globalisasi.

Pemahaman mengenai konsep Hubungan Manusia juga penting dalam studi komunikasi. Menurut Picard (2018), ekonomi media merupakan bidang yang dinamis dan berkembang, memberikan wawasan tentang alasan pilihan yang terlibat dalam media dan komunikasi. Pertumbuhan bidang ini memiliki dampak yang penting tidak hanya dalam bidang tersebut, tetapi juga dalam pengetahuan dan pemahaman dalam disiplin ilmu sosial dan humaniora lainnya. Pilihan individu, perusahaan, dan masyarakat terkait dengan media dan komunikasi akan terus relevan dan berguna di masa depan.

e. Mempertahankan standar penyiaran

Kode etik dan pedoman penyiaran penting dalam mempertahankan eksistensi radio. Radio Elbayu menerapkan prinsip komunikasi dan mengelola konten sesuai kode etik penyiaran. Mereka menjaga kualitas penyiaran, informasi akurat, menghormati privasi, dan menghindari konten merugikan atau menyinggung. Radio Elbayu mengikuti standar operasional S3SPS dan UU penyiaran yang mengikat mereka. Konten yang disajikan harus sesuai dengan kode etik dan pantauan KPI. Media berhak siaran jika mengikuti aturan, namun sanksi diberikan jika melanggar. Menurut Profesor Jay Black, adopsi kode etik membantu radio membangun kepercayaan, menjaga integritas, menghindari kontroversi, dan memperoleh

dukungan yang berkelanjutan. Kode etik membantu radio mempertahankan eksistensinya dalam industri penyiaran yang kompetitif.

Salah satu contoh ahli yang mengemukakan pandangan ini adalah Profesor Jay Black dari Universitas South Florida. Menurutnya, adopsi dan penerapan kode etik penyiaran membantu radio dalam membangun kepercayaan dengan pendengar, menjaga integritas dan kredibilitas stasiun, serta menghindari kontroversi dan masalah hukum yang dapat merusak reputasi mereka. Dengan mengikuti kode etik, radio dapat membangun hubungan yang baik dengan publik, menjaga kepuasan pendengar, dan memperoleh dukungan yang berkelanjutan, sehingga membantu mempertahankan eksistensi mereka di tengah persaingan yang ketat dalam industri penyiaran.

f. Upaya Regenerasi pendengar

Di Era digital, Radio Elbayu dituntut untuk mengikuti perkembangan zaman. Dan tidak bisa dipungkiri bahwa Radio AM yang pendengarnya memiliki segmen oldest nantinya membutuhkan untuk beregenerasi pendengar. Oleh sebab itu, Radio Elbayu saat ini masih dalam tahap melakukan percobaan program baru yang khusus difungsikan untuk mencari pendengar baru.

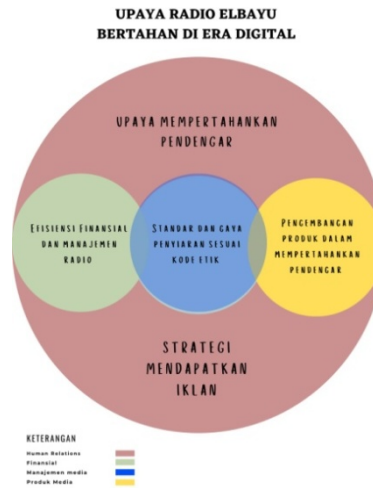
Pertama Radio Elbayu tetap akan melakukan pengembangan pada program Off air Radio Elbayu yang mendatangkan anak-anak TK untuk menyanyi di Radio Elbayu. Selain untuk memberikan mereka kesempatan untuk berani tampil, Radio Elbayu juga ingin mengenalkan kepada mereka bahwa Radio Elbayu masih ada di era ini yang siarannya akan layak mereka dengarkan.

Tambahan siaran dengan gaya siaran penyiar yang lebih informal juga mulai diterapkan pada malam hari. Hal ini ditujukan agar pendengar oldest Radio Elbayu tidak terpancing untuk mengikuti siaran di malam hari. Fakta bahwa Radio AM masih memiliki pendengar yang sama, akhirnya Radio Elbayu menemukan hambatannya saat hendak melakukan gaya siaran baru karena mendapatkan kritikan dari para pendengar.

Strategi lain untuk melakukan regenerasi, Radio Elbayu juga sudah mencoba untuk membuat website dan menambahkan siaran streaming disana. Namun apa yang mereka lakukan masih dalam penyamaan konten dengan siaran jadi masih belum bisa dikatakan berkonvergensi. Melainkan cross media publisher. Disisi lain Qoushy sebagai pimpinan juga akan berencana melakukan rebranding Radio Elbayu guna melakukan regenerasi pendengar.

1.3. Pemaknaan Radio Elbayu dalam Teori dan konsep ekonomi media

Pemaknaan interpetid yang bisa ditemukan peneliti dalam penelitian dilapangan bahwa adanya unsure human relations yang sangat dominan dalam segala aspek upaya yang dilakukan oleh Radio Elbayu. Sehingga digambarkan dalam diagram seperti berikut :



Gambar 2. Model Interpretasi Peneliti

Human Relations hamper berda di segala aspek upaya Radio Elbayu melakukan operasional penyiarannya. Picard (2018) yang berpendapat bahwa media memenuhi dua konsumen, pendengar dan pengiklan berada dalam lingkaran yang sama. Dalam pemenuhan kebutuhan tersebut, Radio Elbayu menyajikan konten yang disiarkan dengan pola komunikasi dan kiat-kiat budaya kekeluargaan sebagaimana sebuah human relations dipraktikan.

Disisi lain, Teori Niche dapat dimaknai dalam diagram tersebut bahwa Radio Elbayu masih memiliki tipe audien oldiest yang membutuhkan penyiar dengan gaya siaran yang ramah. Serta dari sisi permodalan, Radio Elbayu masih memiliki penunjang dengan konten yang disajikan dan pendengar yang ada.

Strategi efisiensi manajemen, standar penyiaran konten, dan pengembangan produk menjadi pendukung didalam upaya Radio Elbayu untuk bertahan di era digital.

Penutup

Sehingga penelitian ini menemukan proposition :

Radio Elbayu berupaya untuk tetap bertahan di era digital dengan cara menerapkan strategi human relations kedalam setiap unsur industri penyiaran.

Dari Teori Ekonomi media, Radio Elbayu memenuhi unsur kebutuhan pengiklan dan pendengar bersamaan. Keduanya dipertahankan dengan cara menjaga hubungan yang baik.

Dari Teori Niche, Radio Elbayu masih kompeten untuk bertahan di era digital karena masih memiliki penunjang di populasinya. Masih memiliki tipe pendengar, tipe konten, dan tipe kapasitasnya yang sesuai.

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat menambah pembahasan teori ekonomi media dan juga teori niche dalam kajian komunikasi. Serta dapat diaplikasikan ke masyarakat ketika mereka harus menemukan sebuah kasus yang sama atau serupa dengan penelitian ini.

Daftar Pustaka :

- Albarran, A. B. (2004). Media economics. In *The SAGE Handbook of Media Studies*. <https://doi.org/10.4135/9781412976077.n15>
- Nasution, N. (2018). Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss Fm Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 167–178. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/2094>
- Oktaviani, F., & Tiara, E. (2021). Strategi PR Radio Dalam Menghadapi Persaingan Di Era Industri. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 8(2), 22–37.
- Pelaksanaan, E., Konseling, B., Untuk, K., Kecelakaan, M., Jam, P., Di, K., Wanasari, P. T., Hilir, K. S., Fitriana, R., Bimbingan, P., Konseling, D. A. N., Dakwah, F., Komunikasi, D. A. N., Islam, U., Sultan, N., & Kasim, S. (2021). *Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Starta Satu Sosial (S.Sos)*.
- Siradj, N. T., Hidayat, R., Kunci, K., Radio, K., Keputusan, P., & Pembelian, K. (2018). PENGARUH KONTEN RADIO TERHADAP KEPUTUSAN MENDENGARKAN RADIO (Studi Kasus pada Radio Play99ers 100 FM Bandung). *Proceeding of Applied Science*, 4(3), 1129. www.Marketing.co.id
- Wasono, R. (2016). Peranan Teori Z dalam Peningkatan Kualitas Perguruan Tinggi Muhammadiyah. *The 3rd University Research Colloquium 2016*, 255–261.
- (Astuti, 2013; De Prato et al., 2014; Hakim & Putro, 2022; Kusumaningrum, 2016; Maharani, 2021; Nefori, 2020; Picard, 2018; Wahyuningsih, 2013; Wardiana Sjucho et al., 2022; Yuliani, 2018)Astuti, B. W. (2013). Self-Regulation dan Persoalan Etika dalam Industri Penyiaran di Indonesia (Mendambakan Penyiaran Radio yang Beretika). *Cakrawala*, 2(2), 522–546.
- De Prato, G., Sanz, E., & Simon, J. P. (2014). Digital media worlds: The new economy of media. In *Digital Media Worlds: The New Economy of Media*. <https://doi.org/10.1057/9781137344250>
- Picard, R. G. (2018). The rise and expansion of research in media economics. *Communication and Society*, 31(4), 113–119. <https://doi.org/10.15581/003.31.4.113-119>
- Tamrin, Andi. (2019). Eksistensi LPP RRI Batam Berdasarkan Teori Niche. *Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*.162-169.