
DIGITALISASI INFORMASI TERHADAP PENYIARAN RADIO ARDAN BANDUNG

DIGITALIZATION OF INFORMATION ON ARDAN BANDUNG RADIO BROADCASTING

Fathur Rorsyid Virsa¹, Sanny Syaffanash Vianty Puteri², Vira Putri Nabila³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pasundan Bandung

Jl. Lengkong Besar No. 68, 426222

*E-mail: fathurrosyid27@gmail.com

ABSTRAK

Media penyiaran, yaitu radio dan televisi merupakan salah satu bentuk media massa yang efisien dalam mencapai audiennya dalam jumlah yang sangat banyak. Karenanya media penyiaran memegang peranan yang sangat penting dalam ilmu komunikasi pada umumnya dan khususnya ilmu komunikasi massa. Di Indonesia industri penyiaran memperlihatkan perkembangannya yang begitu pesat. Salah satu stasiun radio adalah Ardan Radio. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Penelitian ini dilakukan melalui proses wawancara, dalam penelitian ini dilakukan proses wawancara kepada Muhamad Faisal selaku produser Ardan Radio & penyiar pada tahun 2021 dalam program bis sekolah Ardan School. Ardan Radio Bandung memiliki format siaran yang mengutamakan musik pop, baik lokal maupun internasional. Selain itu, mereka juga menyajikan berita, informasi terkini, dan segmen-segmen menarik seperti talk show, games, dan interaksi dengan pendengar melalui telepon atau media sosial. Radio ini telah berhasil membangun citra yang kuat di kalangan anak muda dan masyarakat Bandung. Ardan Radio memiliki tagline "Radio Anak Muda Bandung" yang mencerminkan identitasnya sebagai radio yang menghadirkan program-program yang disukai oleh generasi muda. Dengan kehadiran Ardan Radio, pendengar dapat menikmati musik favorit mereka, mendapatkan informasi terkini, serta terlibat dalam berbagai aktivitas dan acara yang diselenggarakan oleh stasiun radio ini. Ardan Radio terus berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan preferensi pendengar. Mereka juga aktif dalam berbagai kegiatan sosial dan mendukung acara-acara komunitas di Bandung.

Kata Kunci: Penyiaran, Radio, Digitalisasi, Media

A. PENDAHULUAN

Media penyiaran, yaitu radio dan televisi merupakan salah satu bentuk media massa yang efisien dalam mencapai audiennya dalam jumlah yang sangat banyak. Karenanya media penyiaran memegang peranan yang sangat penting dalam ilmu komunikasi pada umumnya dan khususnya ilmu komunikasi massa. Proses Radio menggunakan gelombang elektromagnetik, sehingga pesan yang disampaikan oleh penyiar tersalurkan dengan cara merambat hingga sampai pada pendengar, Radio bersifat Auditif yang mana audio yang disalurkan tidak dapat diulang karena secara langsung sampai ke telinga pendengar.

Di era *digital* seperti saat ini, perkembangan teknologi komunikasi atau alat elektronik semakin berkembang pesat dan majemuk. Arus informasi menyebar tak terkendali serta sangat mudah didapatkan melalui beberapa media elektronik, salah satunya ponsel pintar atau *smartphone*. Padahal radio merupakan media memaparkan berita terkini yang bersifat *up-to-date*. Peran krusial teknologi inilah yang membawa peradaban manusia memasuki era digital, yang mana era digital ini memperlihatkan teknologi internet dengan berbagai macam keunggulannya dalam membantu manusia melakukan aktivitasnya hingga membantu manusia dalam memperoleh informasi dan hiburan Eksistensi radio mulai mengalami penurunan akibat semakin banyaknya media yang lebih menarik seperti televisi, media online dan media lainnya.

Tantangan radio pada era media saat ini, tentunya terlihat sangat jelas dengan adanya perubahan sosial dan budaya massa, artinya masyarakat menggunakan unsur budaya dan nilai sosial yang baru. Di Indonesia industri penyiaran memperlihatkan perkembangannya yang begitu pesat. Peraturan undang-undang siaran membawa beberapa perbedaan yang merupakan sebuah tantangan baru untuk dihadapi oleh pengelola media penyiaran. Dalam hal infrastruktur, teknologi, program penyiaran, dan regulasi pengelolaan radio, pengelolaan penerapan terhadap media penyiaran radio merupakan perbaikan maupun dalam pengelolaan manajemen. Ada pula tiga komponen penting yang dapat dijadikan sebagai landasan penting bagi setiap media penyiaran hal tersebut merupakan program, pemasaran, dan teknik. Hal tersebut pun yang menunjukkan bahwa dibutuhkan sebuah pengelolaan yang baik terhadap manajemen yang akan diterapkan. (Sulvinajayanti, 2018). Peran radio dalam menyampaikan pesan mulai diakui pada tahun 1909, ketika informasi yang dikirimkan melalui radio berhasil menyelamatkan seluruh penumpang kapal laut yang mengalami kecelakaan dan tenggelam. Radio menjadi medium yang teruji dalam menyampaikan informasi yang cepat dan akurat sehingga kemudian semua orang mulai melirik media ini.

B. LANDASAN TEORI

Penyiaran atau dalam bahasa Inggris dikenal sebagai *broadcasting*. JB Wahyudi (1994:6) menerangkan bahwa Penyiaran atau *broadcasting* adalah keseluruhan penyiapan materi produksi, proses produksi, penyiapan bahan siar, pemancaran sampai kepada penerima siaran di suatu tempat. Pada siaran radio, yang ditransmisikan/dipancarkan adalah hanya sinyal suara (*audio*).

Secara sederhana, penyiaran mengacu pada pengiriman informasi, berita, acara hiburan, dan konten-konten menarik kepada audiens yang berjumlah besar secara bersamaan. Siaran radio yang mencakup musik, berita, dan siaran langsung melalui frekuensi radio. Penyiaran Radio adalah bentuk penyiaran yang melibatkan siaran melalui frekuensi radio. Melalui siaran radio, audiens dapat menikmati beragam jenis konten, mulai dari musik yang menghibur, berita terkini, hingga siaran langsung yang memungkinkan mereka untuk terlibat secara *real-time*. Radio memberikan pengalaman mendengarkan yang intim dan dapat diakses dengan mudah melalui perangkat radio tradisional atau dengan menggunakan layanan *streaming* online. Media penyiaran tidak bisa lepas dari spektrum frekuensi radio yang merupakan jalur merambatnya sinyal dan gelombang elektromagnetik.

Menurut Wikipedia, Digitalisasi (bahasa Inggris: *digitizing*) merupakan sebuah terminologi untuk menjelaskan proses alih media dari bentuk tercetak, audio, maupun video menjadi bentuk digital. Komunikasi terhadap visual-visual yang diberikan ini dapat memanfaatkan era yang baru,

terutama media baru yang mulai berkembang. Digitalisasi penyiaran nampaknya tidak dapat ditawar lagi karena Sejumlah negara di dunia, termasuk negara-negara tetangga di Asia Tenggara sudah bermigrasi, sehingga sistem penyiaran nasional mereka sudah digitalisasi total.

C. METODE

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan dari partisipan serta perilaku yang dapat diperhatikan. Penelitian kualitatif berfokus pada pengamatan dan pemahaman terhadap ide, persepsi, pendapat, dan kepercayaan manusia yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, tidak melibatkan pengukuran dengan angka-angka. Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk mendapatkan pemahaman lengkap tentang suatu subjek berdasarkan perspektif manusia yang sedang diteliti. Dalam memahami konsep penelitian kualitatif, peneliti dikategorikan sebagai instrumen utama penelitian. Secara kualitas, peneliti memiliki keunggulan yang lebih beragam daripada sekadar mengandalkan daftar pertanyaan seperti yang biasa digunakan dalam penelitian kuantitatif.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan melalui proses wawancara, dalam penelitian ini dilakukan proses wawancara kepada Muhamad Faisal selaku produser Ardan Radio & penyiar pada tahun 2021 dalam program bis sekolah Ardan School. Hasil dari wawancara yang telah dilakukan di lapangan.

Radio Sebagai Sumber Berita

Radio pada awalnya merupakan sumber berita untuk semua orang agar dapat memperoleh informasi terbaru. Dalam media radio, berita adalah peristiwa yang dikomunikasikan kepada pendengar pada saat yang bersamaan dengan peristiwanya.

“...radio masih digunakan sebagai sumber berita oleh sebagian masyarakat, meskipun teknologi informasi yang terus berkembang pesat, radio masih digunakan oleh banyak orang sebagai sumber berita, terutama di daerah-daerah yang sulit dijangkau oleh media lain seperti televisi atau internet.”

Radio juga memiliki keunggulan dalam menyajikan berita secara cepat, aktual, dan interaktif, radio disebut sebagai sumber berita. Faisal mengatakan bahwa

“Banyak sekali insan muda yang masih banyak yang mendengarkan berita dan trafiknya masih tinggi.”

Ardan menyediakan beberapa segment dalam program yang meliputi berita seperti tentang entertainment, atau seputar indonesia dan berita yang sedang *up to date*. Masih efektif digunakan karena pendengar ardan tidak hanya di radio, namun menggunakan sosial media sebagai pemberian informasi. Ardan Radio adalah stasiun radio populer di Indonesia yang menarik perhatian anak muda dengan berbagai cara, antara lain:

- Menyediakan konten yang sesuai dengan minat dan kebutuhan anak muda, seperti musik terbaru, topik menarik, dan penyiar akrab.
- Mengadakan dan mempromosikan acara-acara dan kegiatan yang ditujukan untuk anak muda, seperti konser, festival musik, pertemuan komunitas, dan kegiatan sosial.
- Memfasilitasi interaksi sosial antara penyiar dan pendengar melalui telepon, pesan teks, atau media sosial, sehingga anak muda merasa terlibat dan mendapatkan pengalaman personal.
- Mendukung dan memutar lagu-lagu dari musisi lokal, sehingga anak muda dapat mengenal dan mengapresiasi musik lokal yang mungkin kurang populer.

- Mengadakan kontes dan memberikan hadiah kepada pendengar, sehingga anak muda merasa bersemangat dan termotivasi untuk mendengarkan radio dan ikut serta dalam kontes.

Dengan demikian, Ardan Radio dapat mempengaruhi anak muda untuk mendengarkan radio dan menjadi bagian dari komunitas pendengar mereka. sebagai pemberian informasi.

Program Unggulan Ardan Radio

Peluang yang dimungkinkan untuk menarik perhatian para pendengar adalah pembuatan acara yang mampu menjawab kebutuhan para pendengar dan penjadwalan acara yang tepat baik dari segi waktu maupun kondisi sosiopsikologis pendengar. Ardan Radio juga mempunyai program unggulan yaitu, Nightmare Side.

“...Nightmare Side menyiarkan tentang berita horror atau cerita horror yang dikirim oleh pendengar ardan lewat email, whatsapp, atau instagram ardan radio untuk dibahas di program nightmare side. Dan pendengarnya sampai saat ini selalu mencapai ribuan.”

Ardan Radio mempunyai ide kreatif untuk menarik anak muda agar tetap mendengarkan radio dan ingin memberi tahu bahwa radio itu masih hidup dan masih banyak pendengarnya. Bahkan saat ini radio digunakan sebagai media promosi. Sebagai contoh, iklan, atau media partner.

“...selain itu, ardan juga menyelenggarakan event tahunan seperti pada tahun 2023 ini, ardan mengadakan event Ardan Senja Syahdu x Indie 7.”

Ketika ardan ulang tahun, mengadakan event gratis untuk semua orang tanpa mengeluarkan biaya. Biasanya event tersebut dimeriahkan oleh artis-artis nasional seperti juicy luicy, naura ayu, dan lain-lain. Itu salah satu cara branding radio agar mencari banyak pendengar. Dan sekarang ardan radio menanamkan Theater of Mind contohnya Ardan Go To School untuk anak muda yang biasanya ketika orang beranjak dewasa bisa mengingat sesuatu atau core memories nya besar ketika masih kecil. Jadi ardan memberi banyak informasi atau mungkin akan menjadi pemikiran untuk dewasa bahwa ardan salah satu radio yang mencari sumber contohnya dengan program Ardan Go to School.

Pengaruh Sosial Media Pada Ardan Radio

Hadirnya media baru seperti facebook, youtube, twitter, instagram atau yang biasa disebut dengan media sosial mengakibatkan fokus generasi z teralih dan memilih media baru sebagai pemenuhan kebutuhan hiburan lain. Sosial media sangat mempengaruhi untuk Ardan Radio karena sosial media Ardan Radio mencapai 100k followers. Selain itu, pemanfaatan media massa adalah sarana yang memiliki kemampuan ko- munikatif dalam menjangkau khalayak secara massal (Mc Quail, 2004).

“Ardan Radio bisa bekerja sama dengan media partner lain. Ini adalah salah satu kegunaan sosial media, yang membuat radio tersebut dapat survive.”

Jadi, ardan tidak buta dengan era digital. Ardan ini mengikuti modernisasi perkembangan zaman. Perubahan untuk Ardan Radio sangat signifikan untuk pendengar. Dulu peminat radio banyak untuk kalangan umur 30 tahun sampai dengan lansia untuk mendengarkan radio tapi sekarang Ardan radio bisa mendapatkan *tagline* radio anak muda ke 1 di Bandung dengan banyak usaha. Contoh dengan diadakannya event yang sangat luas dan program yang dikembangkan dalam sosial media. Digitalisasi nya yaitu Ardan adalah satu radio yang berhasil *survive* saat ini.

“...dan tidak hanya melalui streaming radio mereka pun ada di website dan di Instagram / sosial media.”

Hal tersebut bahwa konten radio bukan audio saja namun berkembang menjadi audio visual yang dapat dikatakan kurilukum ardan untuk mencari pendengar baru. Hal yang mempengaruhi radio bisa dengan memperbanyak event dan membranding di sosial media agar cepat dan informasi menyeluruh dengan pesat dengan memperbanyak *streaming*. Dampak positif dari media sosial adalah memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang memperluas pergaulan, jarak dan waktu bukan lagi masalah, lebih mudah dalam mengekspresikan diri, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat.

E. KESIMPULAN

Radio adalah media komunikasi yang telah ada sejak lama dan terus berkembang hingga saat ini. Meskipun telah muncul teknologi baru seperti televisi dan internet, radio tetap menjadi medium yang relevan dan populer di banyak negara. Karakteristik radio yang akrab (memiliki keekatan emosi) membuat pendengar merasa informasi dan hiburan yang diterima lebih spesifik. Radio juga memiliki kekuatan untuk menyampaikan informasi, hiburan, dan musik kepada pendengarnya. Dalam beberapa kasus, radio juga memiliki peran penting dalam menyebarkan berita dan informasi penting kepada masyarakat. Dalam era digital, radio telah mengalami transformasi dengan adanya radio online dan layanan streaming musik. Hal ini memungkinkan pendengar untuk mendengarkan radio melalui internet dan memilih konten yang mereka inginkan. Ardan Radio Bandung memiliki format siaran yang mengutamakan musik pop, baik lokal maupun internasional. Selain itu, mereka juga menyajikan berita, informasi terkini, dan segmen-segmen menarik seperti talk show, games, dan interaksi dengan pendengar melalui telepon atau media sosial. Radio ini telah berhasil membangun citra yang kuat di kalangan anak muda dan masyarakat Bandung. Dengan kehadiran Ardan Radio, pendengar dapat menikmati musik favorit mereka, mendapatkan informasi terkini, serta terlibat dalam berbagai aktivitas dan acara yang diselenggarakan oleh stasiun radio ini. Ardan Radio juga merupakan bagian dari grup radio yang mencakup Radio B 95,6 FM Bandung. Ardan Radio terus berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan preferensi pendengar. Mereka juga aktif dalam berbagai kegiatan sosial dan mendukung acara-acara komunitas di Bandung. Stasiun radio ini telah beroperasi sejak tahun 1993 dan dikenal sebagai radio anak muda yang berfokus pada musik populer, hiburan, dan informasi terkini. Ardan Radio memiliki tagline "Radio Anak Muda Bandung" yang mencerminkan identitasnya sebagai radio yang menghadirkan program-program yang disukai oleh generasi muda.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Anindiyasari, F. A. (2011). FAKTOR-FAKTOR PENDORONG ORANG MENDENGARKAN PROGRAM ACARA BERITA DI RRI YOGYAKARTA. *Skripsi*. Diambil kembali dari <https://e-journal.uajy.ac.id/1866/2/1KOM02938.pdf>
- CAHYONO, A. S. (2016). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA. *Section Articles*. Diambil kembali dari <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79>
- Dhamayanti, M. (2019). PEMANFAATAN MEDIA RADIO DI ERA DIGITAL. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*. Diambil kembali dari <http://ranahkomunikasi.fisip.unand.ac.id/index.php/rk/article/download/45/33/>
- Dioba Ari Saputra, D. L. (2022). UPAYA ARDAN RADIO BANDUNG MEMPERTAHANKAN CITRA RADIO ANAK MUDA MELALUI SEGMENTASI, TARGETING, POSITIONING. *Jurnal Sosial dan Humaniora*. Diambil kembali dari <http://journal.unas.ac.id/populis/article/download/1566/1249>
- Dr. Harliantara, D. (2016). *Pengantar Penyiaran Radio*. Jakarta: Broadcastmagz Publisher.
- Dr. Mahi M. HKikmat, M. (2019). *Aktualitas Kearifan Lokal Dalam Digitalisasi Penyiaran Indonesia*. Bandung: Komisi Penyiaran Indonesia Daerah .

- Morissan, M. (2008). *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio Dan Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Morissan, M. (2018). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Prenadamedia.
- Puan Maharani, S. L. (2022). Transformasi Radio Konvensional Di Era Digital (Studi Kasus Pada Radio Duta 90.9 Fm Ambon). *Jurnal Ilmu Komunikasi Pattimura*. Diambil kembali dari <http://ranahkomunikasi.fisip.unand.ac.id/index.php/rk/article/download/45/33/>
- Rihartono, S. (2015). STRATEGI PENGELOLAAN RADIO SIARAN DI TENGAH-TENGAH PERKEMBANGAN TEKNOLOGI INTERNET. *Jurnal Komunikasi PROFETIK*. Diambil kembali dari <https://media.neliti.com/media/publications/224273-strategi-pengelolaan-radio-siaran-di-ten.pdf>
- Sartono, S. (2008). *Teknik Penyiaran dan Produksi Program Radio, Televisi dan Film*. Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan, Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah, Departemen Pendidikan Nasional.
- Suciati, N. S. (2022). *Oase Broadcasting*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Syifa Nurhaliza, F. R. (2022). Strategi Komunikasi Program Radio Pendidikan Sebagai Media Sumber Pembelajaran dan Informasi. *Koneksi*. Diambil kembali dari <https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/download/15464/9646>
- Ulfa Yuniati, S. M. (2019). MOTIF PENDENGAR RADIO DI ERA PERKEMBANGAN TEKNOLOGI INFORMASI (STUDI KEPUASAN PENGGUNAAN MEDIA PADA GENERASI Z DI BANDUNG). *Jurnal Ilmu Komunikasi [JIKA]*. Diambil kembali dari <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jika/article/download/6504/pdf>
- Winda Kustiawan, A. O. (2022). KELEBIHAN DAN KEKURANGAN RADIO. *JUITIK*. Diambil kembali dari <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3335824&val=29300&title=KELEBIHAN%20DAN%20KEKURANGAN%20RADIO>
- Wisnu Widjanarko, M. S. (2013). RADIO SIARAN PUBLIK SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PERGURUAN TINGGI DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PERDESAAN. *Jurnal Kajian Komunikasi*. Diambil kembali dari <https://jurnal.unpad.ac.id/jkk/article/download/6036/3147>