

Program Siaran We Radio Indonesia di YouTube sebagai Upaya Memperkuat Pemberdayaan Anak Muda

We Radio Indonesia Broadcast Program on YouTube as an Effort to Strengthen Youth Empowerment

Riza Putri Pratamasari¹, Zainal Abidin Achmad²

¹⁻²Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
E-mail: z.abidinachmad@upnjatim.ac.id²

Artikel Info

Diterima:
7 Maret 2024
Disetujui:
12 Maret 2024
Diterbitkan:
30 Maret 2024

Hal. 71-80

Kata Kunci:

Radio Internet; Difusi Inovasi; Live Streaming; Youtube; Etnografi Virtual.

Keywords:

Internet Radio;
Diffusion of Innovation;
Live Streaming;
Youtube; Virtual
Ethnography.

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji bagaimana We Radio Indonesia memanfaatkan video live-streaming YouTube untuk memberdayakan generasi muda. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual untuk menganalisis strateginya. We Radio Indonesia menggunakan format edutainment, memadukan pendidikan dan hiburan sebagai konten. Siarannya menggunakan gaya bahasa lokal yang familiar di kalangan anak muda Surabaya dengan memadukan bahasa Indonesia dan Jawa. We Radio Indonesia adalah lembaga penyiaran berbasis keahlian dengan latar belakang yang relevan dengan tema siaran. Mereka juga memanfaatkan konvergensi media, melalui berbagai platform media sosial terintegrasi untuk meningkatkan aksesibilitas, membagi dan mengulang siaran. Studi ini menggarisbawahi kekuatan YouTube sebagai alat difusi inovasi. Kemampuan *live-streaming* dan *share* secara signifikan memperkuat strategi We Radio, untuk menyebarkan pengetahuan secara efektif dan mendorong pemberdayaan generasi muda. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap bagaimana media tradisional dapat beradaptasi dan memanfaatkan platform baru untuk terhubung dengan khalayak muda.

ABSTRACT

This research examines how We Radio Indonesia leverages live-streaming YouTube videos to empower young people. Researchers employ qualitative research methods with a virtual ethnographic approach to analyze their strategies. The findings reveal a multi-pronged approach by We Radio Indonesia. They utilize an edutainment format, blending education and entertainment for engaging content. Additionally, they employ a localized language style familiar to Surabaya youth by combining Indonesian and Javanese. Furthermore, We Radio selects expertise-based broadcasters with backgrounds relevant to the broadcast themes. Finally, they leverage media convergence, utilizing various integrated social media platforms to enhance accessibility, sharing, and repeat broadcasts. The study underscores the power of YouTube as a tool for innovation diffusion. The platform's live streaming and sharing capabilities significantly amplify We Radio's strategies, enabling it to disseminate valuable knowledge and foster youth

empowerment effectively. This research contributes to understanding how traditional media can adapt and utilize new platforms to connect with young audiences.

PENDAHULUAN

Radio Internet merupakan layanan penyiaran berbasis audio yang ditransmisikan melalui internet. Carl Malamud merupakan pengembang radio internet dengan menyiarkan stasiun radio bernama Internet Talk Today pada tahun 1993 (Museum Media, 2010). Menurut Diyansyah (2015), radio internet bersifat global, disiarkan secara terus menerus, dan tidak memiliki kontrol seperti radio tradisional pada umumnya.

Penggunaan radio internet didasarkan pada beberapa alasan, yakni mobilitas masyarakat tinggi dan kebutuhan informasi yang beragam (Harliantara, 2019); penyesuaian terhadap perkembangan teknologi untuk bertahan dan memenangkan persaingan (Achmad & Ida, 2019); kualitas audio yang lebih baik dan jangkauan yang lebih luas (Aprilani, 2011); pertimbangan teknis yakni minim terjadinya kemungkinan penurunan kualitas sinyal dan penghematan lebar pita (*bandwidth spectrum*) radio karena teknik kompresi (Gultom, 2015).

Pemanfaatan internet sebagai media untuk mendengarkan radio kemudian berkembang pesat hingga memungkinkan diaksesnya video *streaming* (Simanjuntak et al., 2012). Penggunaan internet pada siaran radio lebih lanjut lagi juga merupakan bentuk dari konvergensi media yang memungkinkan adanya perubahan dalam komunikasi media linear, dengan tetap mempertahankan model komunikasi konvensional *one-to-many*, namun juga terdapat pengembangan komunikasi *one-to-one*, *many-to-one*, atau *many-to-many* dan terjadinya percakapan antar pengguna (Cordeiro, 2012). Cordeiro (2012) juga menyatakan bahwa terjadinya konvergensi media antara radio dengan internet tidak hanya sebatas perubahan pada teknik komputasi dan penyiaran, melainkan perubahan juga terjadi pada ranah manajemen, produksi, dan sistem distribusinya. Sehingga, bentuk penyiaran yang dilakukan oleh radio akan mengalami perbedaan dengan sistem penyiaran konvensional, yang mana interaksi yang biasanya hanya dilakukan dengan telepon interaktif, kemudian berkembang menjadi interaksi yang dilakukan pada berbagai media sosial, seperti Twitter, Facebook, Instagram, serta YouTube (Achmad et al., 2023; Alamiyah & Achmad, 2015; Wahyuningtyas et al., 2021).

Keberadaan dan fungsi YouTube pada era konvergensi media juga semakin berkembang seiring dengan munculnya tren *live video streaming* yang mulai berkembang sejak 2017 dan menjadi alternatif media baru untuk mendistribusikan audio, data, dan multimedia serta sekaligus melakukan interaksi secara real time dengan khalayak (Agustina, 2018; Basli & Achmad, 2024; Putri et al., 2022). Hal tersebut juga didukung dengan pernyataan Harliantara (2019) bahwa internet tidak lagi dianggap sekadar tempat mencari informasi, melainkan menjadi forum kolaboratif (berkreasi dan berbagi), yang kemudian membuat keberadaan berbagai media sosial termasuk YouTube berguna tidak hanya untuk menyiarkan produk media massa, namun juga sekaligus untuk menjalin hubungan erat dengan audiens.

Salah satu radio di Indonesia yang melakukan konvergensi media dengan memanfaatkan *live streaming* YouTube adalah We Radio Indonesia. We Radio Indonesia merupakan salah satu radio yang berada di Kota Surabaya di bawah naungan PT. We Management. We Radio memiliki slogan "Anak muda banget, idealis, penuh ide, dan kreativitas". Program siaran We Radio Indonesia dirancang untuk menginspirasi kalangan muda dalam meningkatkan kualitas diri dan kreativitasnya. We Radio Indonesia memiliki beberapa program siaran dengan berbagai topik untuk segmentasi usia mulai dari 17 tahun hingga 45 tahun, yakni Pedestrian Act, berfokus pada komunitas pemuda; Usaha Dewe, membahas pengembangan bisnis; dan Omah Dewe, membahas seputar dunia perkuliahan.

Program-program tersebut mulai disiarkan oleh We Radio pada bulan April 2020 setelah adanya pandemi Covid-19 sebagai sarana dan wadah komunikasi kelompok dengan memanfaatkan teknologi virtual akibat adanya pembatasan kegiatan masyarakat yang menyebabkan kelompok tidak dapat mengadakan forum diskusi secara langsung. Karena itu, CEO We Radio, Pascalys Dyas mengungkapkan bahwa program siaran We Radio mendapatkan umpan balik positif dari audiens

karena bermanfaat bagi masyarakat khususnya pemuda yang kesulitan mendapatkan informasi dan berinteraksi dengan kelompok karena adanya pembatasan kerumunan atau forum pertukaran informasi. Bukti lebih lanjut terkait adanya *feedback* positif masyarakat atas keberadaan program siaran We Radio Indonesia di YouTube adalah didapatkannya audiens dengan rata-rata 131 viewers untuk satu kali tayang *live streaming* YouTube (Social Blade, 2024).

Beragamnya bentuk program We Radio Indonesia di YouTube berkaitan dengan pemuda dan adanya umpan balik positif dari audiens atas tayangan yang ada, menunjukkan bahwa pada hakikatnya program-program tersebut dapat dimanfaatkan secara lebih termasuk untuk pemberdayaan pemuda. Pemberdayaan sendiri merupakan istilah yang merujuk pada pengertian membuat “berdaya” seseorang atau sekelompok orang yang awalnya dalam keadaan “tidak berdaya” (Herdiana, 2012). Lebih lanjut lagi Herdiana (2010) juga menyatakan bahwa pemberdayaan pada dasarnya dapat diterapkan dalam banyak aspek kehidupan, termasuk aspek fisik, mental, sosial, finansial, pendidikan, kreativitas, dan lain sebagainya.

Fenomena *live streaming* program siaran We Radio menunjukkan adanya proses difusi inovasi. Hal ini karena We Radio menyebarluaskan inovasi berupa pengetahuan dan wawasan tertentu melalui live streaming yang menyebabkan khalayak mendapatkan sejumlah efek atas inovasi tersebut. Oleh karena itu, peneliti berminat untuk melakukan penelitian mengenai proses difusi inovasi oleh We Radio Indonesia dalam upaya pemberdayaan anak muda melalui siaran di YouTube.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual. Menurut (Hine, 2015), etnografi virtual dapat digunakan untuk mengeksplorasi signifikansi media massa terhadap khalayak. Oleh karena itu, pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk dapat mendeskripsikan proses difusi inovasi oleh We Radio Indonesia dalam upaya pemberdayaan anak muda melalui siaran di YouTube. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah *internet searching*, wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi.

Peneliti melakukan lima tahapan dalam melakukan penelitian etnografi virtual (Achmad et al., 2021; Achmad & Ida, 2018), yaitu: (1) peneliti melakukan identifikasi secara proaktif terhadap masyarakat dengan melakukan penelusuran melalui akun YouTube peneliti. (2) Peneliti memasuki komunitas virtual, mencari informan sesuai kriteria, dan menanyakan kesediaan wawancara terhadap informan. (3) Peneliti bergabung dengan komunitas virtual dengan berpartisipasi sebagai *viewers* aktif program siaran reguler We Radio di media sosial YouTube. (4) Peneliti melakukan interaksi dan wawancara mendalam kepada para informan. (5) Peneliti melakukan pencatatan etnografi dan analisis.

Penelitian ini menggunakan 10 informan yakni; (1) Pascalis Dyas. CEO We Radio Indonesia sebagai Founder dari We Radio Indonesia, (2) Tiga Announcer/Host dari masing-masing program sebagai penyiar sekaligus pembuat materi dari konten program siaran, yakni Achmad Fajar F. (Pedestrian Acts), Aldo Sugiando (Omah Dewe), dan Ndownay (Usaha Dewe), (3) Enam viewers aktif dari ketiga program siaran reguler We Radio, yakni Sebastian widhi, Vicensia D., Agung Maulana, M. Fauzan Alwa, Aldaffan Sheva, dan Nadhira Megananda.

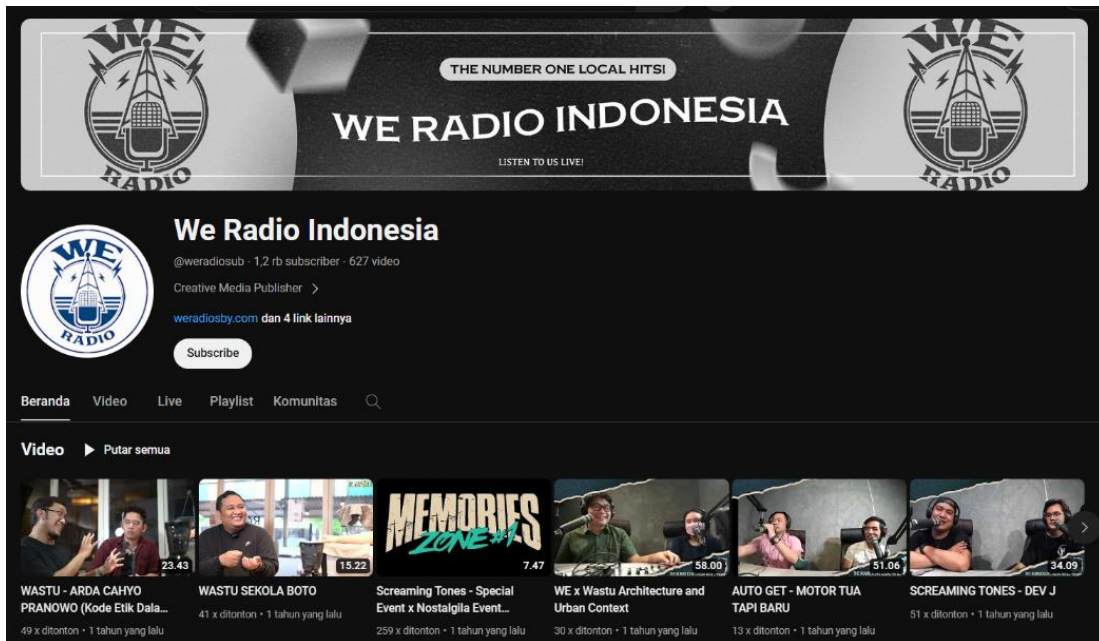
Unit analisis dalam penelitian ini adalah teks multimodal di YouTube, berupa (1) Video program siaran reguler We Radio di media sosial YouTube. (2) Aktivitas yang dihasilkan dalam unggahan video #WIWWY, berupa jumlah tayangan, *like*, dan *comment*. (3) Teks berupa hasil wawancara peneliti dengan informan. Untuk menganalisis data, peneliti melakukan persiapan data yang kemudian dikomparasi, dibuat kategorisasi, dan disajikan dalam bentuk narasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi We Radio dalam Pemberdayaan Anak Muda

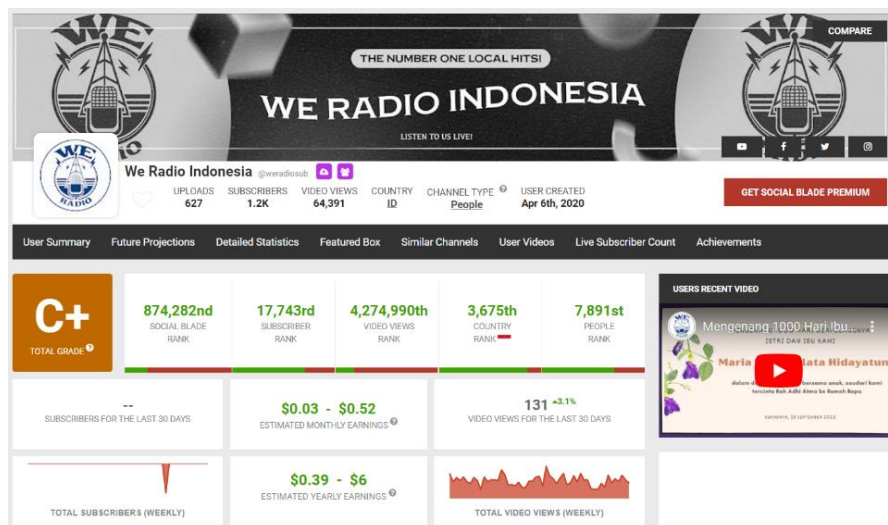
We Radio Indonesia merupakan salah satu radio yang berada di Kota Surabaya di bawah naungan PT. We Management. Target pasar We Radio Indonesia adalah warga Indonesia berusia 17

tahun hingga 45. Hal ini dapat terlihat pada slogan We Radio Indonesia, “Anak muda banget, idealis, penuh ide, dan kreativitas.”



Gambar 1. Akun YouTube We Radio Indonesia
(Sumber: <https://www.youtube.com/@weradiosub>)

Tujuan berdiri We Radio adalah sebagai barometer yang mewadahi kreatifitas anak muda yang tertarik dalam segala bidang agar lebih terarah dan menghasilkan sesuatu yang sesuai dengan bidang yang mereka senangi. Guna mewujudkan hal tersebut tentunya We Radio memfasilitasi dengan menyajikan berita menggunakan media yang umum digunakan oleh anak muda pada saat ini dalam membagi serta mendapatkan informasi dengan akses yang mudah. Sehingga hal ini tentunya sejalan dengan program-program We Radio yang ditayangkan serta disiarkan melalui media yang dikonvergensi. Audiens dapat memperoleh informasi dengan mudah dan efektif dengan penggunaan konvergensi media ini.



Gambar 2. Analisis akun YouTube We Radio Indonesia oleh Social Blade
(Sumber: <https://socialblade.com/youtube/c/weradiosub>)

Platform YouTube We Radio memuat *playlist* video program siaran reguler yang tayang setiap hari Senin-Minggu. *Playlist* lagu yang di putar oleh We Radio Indonesia merupakan lagu-lagu *indie* dengan berbagai genre musik. Pemilihan musik *indie* sebagai *playlist* lagu utama sendiri karena We Radio ingin mendukung karya musik lokal dari Jawa Timur maupun di Indonesia. Selain itu, genre *indie* dianggap oleh pihak We Radio sebagai genre yang banyak diminati oleh kalangan muda yang merupakan pangsa pasar utama dari We Radio Indonesia (Wawancara dengan Pascalys Dyas, tanggal 25 Maret 2021).

Akun YouTube We Radio Indonesia memiliki nama pengguna @weradiosub. Akun tersebut telah mempublikasikan 627 video dengan 1.2k *subscriber* dan 64.391 penonton. Akun @weradiosub *feedback* positif masyarakat atas tayangan program siarannya yang dibuktikan dengan didapatkannya audiens dengan rata-rata 131 *viewers* untuk satu kali tayang *live streaming* YouTube.

We Radio Indonesia melalui *channel* YouTube We Radio Indonesia memiliki beberapa program siaran unggulan, yakni: (1) Usaha *dewe*, program yang telah ada sejak tahun 2015 yang merupakan program dengan tujuan mengedukasi anak muda yang hendak dan sedang belajar berbisnis. Program siaran ini turut mendukung promosi yang dibutuhkan oleh para pengusaha agar mendapatkan konsumen, terutama pada pengusaha yang terdampak akibat pandemi *Corona Viruse Disease* (COVID-19). Program ini juga menjembatani para pengusaha dalam hal memberikan edukasi terkait pembukaan usaha, tips, kiat ketika berusaha. Beberapa strategi dalam usaha juga dipaparkan dalam wawancara dengan penyiar guna memberikan informasi kiat-kiat menjadi pengusaha. (2) *Pedestrian act*, merupakan program yang berfokus pada komunitas pemuda. Program ini menjadi ujung tombak pengenalan We Radio kepada publik. Program ini memiliki konsentrasi terhadap berbagai komunitas skema *indie*, terutama terhadap visi, misi, dan aksi namun dalam aktivitasnya tetap memiliki kepedulian terhadap *social or nature movement and impact*. Program siaran *Pedestrian Act* pada We Radio menghadirkan komunitas *indie* kota Surabaya sebagai wadah untuk berkumpul dan berkarya bagi anak-anak muda kreatif dan inspiratif. Program siaran ini menggali informasi mengenai bagaimana latar belakang terbentuknya komunitas, kegiatan yang dilakukan serta manfaat keberadaan komunitas di lingkungan sekitar. (3) *Omah dewe*, yang merupakan singkatan dari Obrolan Mahasiswa *Dulur Dewe*, merupakan program siaran yang membahas seputar dunia perkuliahan dan kegiatan mahasiswa di Surabaya khususnya, dan Indonesia umumnya. Informasi yang disajikan dalam program tersebut merupakan informasi yang dipilih dan dianggap berguna bagi kalangan mahasiswa dalam pelaksanaan studinya.

Program siaran yang We Radio disajikan dalam bentuk *talkshow* dan siaran reguler berbasis *live streaming* melalui YouTube dengan format audio visual serta dalam format audio. Program-program yang disiarkan We Radio Indonesia ini dimulai ketika pandemi, dimana masyarakat pada saat itu banyak mengakses informasi serta hiburan melalui media sosial dampak adanya pembatasan sosial. Kreativitas siaran banyak muncul justru ketika masa pandemic COVID-19 (Achmad et al., 2020, 2021).

We Radio memiliki visi dan misi untuk memberdayakan anak muda dengan mengembangkan Semangat pantang menyerah dalam mewujudkan cita-cita dan keinginan untuk selalu berbagi (Pascalys Dyas, 2022). Untuk mencapai visi dan misi tersebut, We Radio memiliki sejumlah strategi dalam pemberdayaan anak muda. Strategi pertama, program siaran We Radio memiliki format *edutainment* (*education & entertainment*), yakni nomenklatur untuk menunjukkan fungsi media massa sebagai medium pendidikan dan hiburan (Albińska, 2018). Melalui format *edutainment*, We Radio dapat memberikan informasi kepada penggemar dengan cara yang mudah diakses dan menghibur alih-alih menggunakan pendekatan yang melampaui metode didaktik untuk menciptakan kesadaran dan mempengaruhi perubahan perilaku (Dzinamarira et al., 2022). We Radio menerapkan konsep *edutainment* melalui segi format program informal, Bahasa yang mudah dipahami, dan pemutaran musik saat jeda program.

“Program awal kami lebih kepada Fun dan Entertainment sebenarnya karena menurut kami hal ini yang cukup digemari oleh teman-teman muda saat ini terlebih

di kala pandemi, akan tetapi kami juga sisipkan beberapa program edukasi yang membangun yang justru malah lebih banyak diminati oleh kawan-kawan muda yang menjadi audiens setia kami. Akhirnya saat ini kami lebih mengusung konsep edutainment sebagai bentuk awal program dan konsep yang kami jalankan.” (Pascalis Dyas, 2022)

Strategi kedua, We Radio menggunakan gaya bahasa khas anak muda Surabaya dengan menggabungkan Bahasa Indonesia dan Jawa. Pertimbangan We Radio dalam menggunakan Bahasa campuran didasarkan pada sejumlah alasan, yaitu (1) untuk mencairkan suasana akrab antara penyiar dan narasumber sehingga isi siaran tidak kaku dan membosankan; (2) sebagai ciri khas dan pembeda We Radio dari siaran radio lain; dan (3) untuk menciptakan kedekatan antara pendengar dengan isi siaran.

“We Radio mempunyai ciri khas tersendiri dalam menyampaikan informasi. Perpaduan style anak muda dipadu Jowo-an arek suroboyo, jadi ciri khas paling menonjol.” (Nadhira Megananda, 2022)

Selain menggunakan bahasa daerah dalam penyampaian informasi, pembahasan di We Radio Indonesia juga merambah pada pembahasan perkembangan usaha-usaha serta kebudayaan yang ada di wilayah Surabaya dan sekitarnya. Hal ini disetujui oleh Achmad & Ida (2019), sebagai promotor budaya lokal, radio lokal berperan penting dalam mempromosikan budaya lokal. Karena keberadaan radio, sangat penting untuk mendukung nasionalisme dan melestarikan unsur kebhinekaan. Pada saat yang sama, ini adalah alat untuk mengarahkan informasi dari kantor pusat ke lokasi terpencil ini. Penggunaan radio komunitas sebagai sarana komunikasi baru dapat menyukkseskan pembelajaran jarak jauh selama pandemi COVID-19, menyediakan platform bagi komunitas untuk berdiskusi dan mendiskusikan strategi pembangunan dan bagi pemerintah daerah untuk menginformasikan kepada siswa tentang program-program baru dalam konteks lokal (Achmad et al., 2021).

Strategi ketiga, We Radio memilih announcer dengan latar belakang yang berkaitan dengan isi program siaran. Hal ini dapat terlihat pada profil tiap-tiap penyiar, yakni (1) Achmad Fajar F., penyiar program Pedestrian Acts dengan latar belakang host dan memiliki relasi dengan banyak anggota komunitas dan band; (2) Aldo Sugiando, penyiar program Omah Dewe merupakan mahasiswa aktif; dan (3) Ndoway, penyiar program Usaha Dewe yang berprofesi sebagai *entrepreneur*. Pemilihan announcer dengan latar belakang yang sesuai merupakan usaha We Radio untuk memberdayakan pemuda yang pada hakikatnya harus dilakukan oleh pihak yang dianggap lebih berdaya atau memiliki pengetahuan lebih daripada yang diberdayakan oleh pihak yang dianggap lebih berdaya atau memiliki pengetahuan lebih daripada yang diberdayakan.

Strategi keempat, We Radio memanfaatkan konvergensi media dengan menggunakan media sosial yang integratif dan variatif untuk memudahkan pendengar dalam mengakses, membagi, dan mendengarkan siaran secara repetitif. McEwan (2010) menyatakan bahwa secara singkat, konvergensi media merupakan kata kunci yang menggambarkan penyatuan teknologi yang sebelumnya tidak terkait. Hal tersebut didukung dengan pernyataan Kalamar (2016) bahwa konvergensi dapat diartikan dalam beberapa hal meliputi: 1) merupakan sinonim konsolidasi media, yang mewakili deskripsi ketika suatu media atau perangkat memiliki fungsi baru yang dapat melakukan tugas yang mana pada awalnya ada dua atau lebih perangkat yang dibutuhkan untuk melakukan tugas tersebut; 2) dapat disinonimkan sebagai *webvergence* atas adanya praktik penggunaan internet sebagai media penyampai berita pada berbagai pers dan organisasi penyiaran; 3) konvergensi dianggap sebagai proses pengkaburan batas media dalam komunikasi dari titik ke titik, sehingga media lebih sering tidak memiliki batasan yang jelas (Achmad & Ida, 2019).

Konvergensi media yang dilakukan oleh We Radio dapat terlihat pada berbagai jenis platform media sosial yang digunakan, antara lain: (1) Instagram untuk media publikasi dan promosi; (2) Twitter untuk pembaruan daftar putar lagu dan berinteraksi dengan khalayak; (3) website untuk

menampilkan profil We Radio hingga artikel dan daftar putar lagu; (4) aplikasi We Radio untuk *streaming*; serta (5) channel YouTube untuk *output live streaming*. YouTube merupakan media sosial yang paling banyak diakses oleh khalayak We Radio Indonesia (Pascalys Dyas, 2022).

“Saya sangat menyukai cara We Radio dalam menyampaikan konten serta informasi melalui media YouTube dan web streaming ini, selain lebih mudah untuk diakses, dimengerti serta dengan penggunaan media tersebut lebih mudah untuk para pendengar berbagi ke teman yang lain apabila informasi yang dirasa penting untuk dibagikan. Selain itu dengan adanya konten di YouTube sebagai penikmat konten We Radio tentunya dapat melihat dan mendengarkan konten yang ada secara berulang-ulang tanpa ribet.” (M. Fauzan Alwa, 2022).

Perubahan radio dengan adanya konvergensi media, paling nyata terjadi pada tingkat interaktivitasnya (Canavilhas, 2012). Lebih lanjut Canavilhas menjelaskan bahwa radio konvensional yang pada mulanya hanya memanfaatkan telepon untuk berinteraksi dengan audiens, pada saat ini telah memanfaatkan jejaring sosial sehingga dapat dengan lebih efektif dan leluasa menjalin hubungan dengan audiens. Selain itu, beberapa konten radio juga terinspirasi dengan aplikasi *web 2.0* yang membuka lebih banyak ruang bagi para pendengar untuk menyampaikan gagasan. Pada umumnya, radio di *website* lebih sering menyimpang dari konsep aslinya, dan radio menyajikan berbagai layanan yang berbeda dari siaran radio. Hal ini merupakan upaya dari radio untuk membangun struktur baru yang lebih kaya dan lebih bervariasi dalam bersaing dengan format media lain.

“Karena kita memanfaatkan fitur yang ada di YouTube, atau di web streaming sehingga terjadilah komunikasi dua arah pada saat live atau pada saat itu juga. Menurutku tanggapan dari netizen ini perlu sih, soalnya kan output informasi yang kita berikan ke mereka bisa dikoreksi atau diberi tanggapan secara langsung. nah diskusi online seperti ini sih yang mungkin awalnya bisa kita lakukan untuk memulai ide ide baru, dan menggali kreativitas karena adanya komunikasi yang dapat feedback oleh pendengar secara langsung. Live YouTube dan Instagram juga itu menurutku sudah termasuk bentuk konvergensi media dari We Radio dengan internet ya, yang menghasilkan teknis penyiaran baru di zaman modern ini.” (Pascalys Dyas, 2022).

Pemanfaatan YouTube dalam Proses Difusi Inovasi

Difusi inovasi merupakan proses persebaran inovasi dari waktu ke waktu melalui medium tertentu dalam sistem sosial (Rogers, 2003). Menurut Rogers dan Shoemaker dalam Aminah (2016), inovasi yang diterima mengakibatkan kemunculan derajat risiko tertentu yang menyebabkan perilaku berbeda pada penerima pesan. Kajian mengenai inovasi akan terus relevan, baik masyarakat yang sedang berkembang maupun masyarakat maju, karena pada hakikatnya masyarakat akan terus membutuhkan informasi-informasi dan inovasi baru seiring perubahan sosial dan teknologi, serta mengganti cara-cara lama dengan berbagai teknik baru (Bungin, 2018).

Teori difusi inovasi berkaitan dengan komunikasi massa (Bungin, 2018). Hal ini karena media massa memiliki kuasa atas pembentukan dan pendistribusian informasi pada khalayak. Proses teori difusi inovasi dimulai dari media massa yang mendistribusikan suatu inovasi tertentu kepada sistem sosial yang menyebabkan terjadinya komunikasi antar anggota suatu masyarakat untuk kemudian mengalami pengenalan, pemahaman, dan penilaian yang kelak dapat menghasilkan penerimaan atau penolakan atas inovasi.

Youtube merupakan sebuah platform internasional untuk orang-orang yang menerima adanya difusi media sosial. Menurut (Faiqah et al., 2016), Youtube memudahkan proses difusi inovasi karena memiliki sejumlah fitur, yakni fitur *live streaming* dan *share*. Fitur *live streaming* merupakan fitur siaran langsung yang memungkinkan kreator untuk dapat terhubung secara *real-time* dengan

khalayak. Pemanfaatan *live streaming* YouTube merupakan difusi inovasi atas radio tradisional yang sebelumnya sudah unggul dalam penyampaian informasi yang aktual. *Live streaming* memberikan perasaan bahwa isi siaran tersebut menunjukkan kebenaran dan otentifikasi karena diterima secara langsung (Bottomley, 2020). Sementara itu, fitur *share* dalam Youtube memungkinkan pengguna untuk dapat membagikan video. YouTube menyediakan fitur *live streaming* dan *share* untuk memfasilitasi gelombang ketiga digitalisasi yang ditandai dengan peningkatan keterhubungan masyarakat digital dan pengaburan antara realitas dan dunia digital (Lange, 2019).

“Dengan siaran melalui digital platform ini memudahkan para pendengar yang mayoritas masyarakatnya pengguna internet. Apalagi anak muda zaman sekarang telah melekat dengan internet, maka streaming radio menjadi solusi ketika radio semakin meredup.” (Ndoway, 2022).

We Radio Indonesia melalui YouTube terbukti efektif dalam memberdayakan anak muda karena dapat menyebarkan wawasan baru dan inovasi yang bermanfaat bagi anak muda (Rysan et al., 2021). Inovasi dalam difusi inovasi tidak harus sebagai pengetahuan yang sepenuhnya baru, melainkan bisa berupa sesuatu yang telah ada namun baru diketahui dan berusaha diterapkan pada suatu masyarakat. Hal ini sesuai dengan pernyataan Havelock dalam Aminah (2016), yang berpendapat bahwa inovasi sebagai segala perubahan yang dirasakan dan sebagai sesuatu yang baru di masyarakat yang mengalaminya. Sehingga kebaruan inovasi tercermin dari pengetahuan, sikap, maupun keputusan terhadap individu atau masyarakat yang bersangkutan terkait inovasi tersebut.

“Menurut saya efektif dan informatifnya suatu program juga tergantung kebutuhan audiensnya, Apakah sesuai dengan minat dan pembahasan audiensnya saat itu. untuk kegiatan mahasiswa yang terdampak covid, menurut saya informatif dan efektif untuk disampaikan. Seperti misalnya pada saat ramai-ramainya permasalahan aspek online, hal tersebut sempat dibahas oleh omahdewe dengan mengundang beberapa perwakilan kampus untuk mengutarakan pendapatnya dan sharing tentang ospek online yang sedang dilakukan di kampusnya masing-masing. Saya sebagai salah satu anggota BLM yang pada saat itu bertugas melakukan pengawasan terhadap ospek online, ikut terbantu dan mendapat insight baru dari pembahasan siaran tersebut, sehingga dapat menjadi tambahan bahan evaluasi untuk ospek di fakultas saya.” (Sebastian Widhi, 2022).

Selain itu, penggunaan YouTube dalam sumber belajar komunitas juga penting, terutama dalam berwirausaha. Khususnya dalam pendidikan kewirausahaan, YouTube memungkinkan orang untuk melihat dan mendengar tahapan memulai bisnis, pembuatan produk, dan pemasaran produk. Visi visual membuat proses pelatihan lebih menyenangkan. Berdasarkan pendapat dari (Suarjana, 2021) yang mengatakan bahwa pembelajaran melalui media Youtube memiliki keunggulan sebagai media audio visual yang dapat dinikmati selama proses pembelajaran sehingga siswa tidak bosan dan dapat menggunakannya sebagai sarana hiburan saat belajar dan belajar.

*“We Radio dapat menjadi wadah atau tempat untuk mengembangkan usaha semakin berkembang. Karena para pengusaha muda yang baru mulai meniti karir itu tetap membutuhkan suport sistem seperti media. Jadi *support system* itu tidak hanya dalam bentuk diajak mengikuti *talkshow*, berbagi informasi saja, tetapi juga ada hubungan kerja sama.”* (Fajar Nur I , 2022).

KESIMPULAN DAN SARAN

Radio Internet merupakan layanan penyiaran berbasis audio yang ditransmisikan melalui internet. Pemanfaatan internet sebagai media untuk mendengarkan radio kemudian berkembang pesat hingga memungkinkan diaksesnya video streaming. We Radio adalah radio berbasis Surabaya yang berfokus pada pemberdayaan anak muda dengan memanfaatkan konvergensi media melalui

penggunaan *live streaming* YouTube.

We Radio memiliki sejumlah strategi dalam upaya pemberdayaan anak muda, yakni format edutainment (*education & entertainment*), penggunaan gaya bahasa khas anak muda Surabaya dengan menggabungkan Bahasa Indonesia dan Jawa, pemilihan penyiar dengan latar belakang yang berkaitan dengan isi program siaran, dan pemanfaatan konvergensi media dengan menggunakan media sosial yang integratif dan variatif untuk memudahkan pendengar dalam mengakses, membagi, dan mendengarkan siaran secara repetitif. Youtube sebagai medium proses difusi inovasi memiliki sejumlah fitur yang dapat digunakan untuk memberdayakan anak muda, yakni fitur *live streaming* dan share. We Radio Indonesia melalui YouTube terbukti efektif dalam memberdayakan anak muda karena dapat menyebarkan wawasan baru dan inovasi yang bermanfaat bagi anak muda.

REFERENSI

- Achmad, Z. A., & Ida, R. (2018). Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data dan Metode Penelitian. *The Journal of Society & Media*, 2(2), 130–145. <https://doi.org/10.26740/jsm.v2n2.p130-145>
- Achmad, Z. A., & 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), 240–250. <https://doi.org/10.20473/mkp.v32i32019.240-250>
- 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>
- Achmad, Z. A., Juwito, J., & Saud, M. (2020). The Local Creative Ads on Sritanjung FM to Increase Financial Revenue During COVID-19 Pandemic. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(2), 135–146. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v6i02.2229>
- Achmad, Z. A., Tranggono, D., Satvikadewi, A. A. I. P., Haetami, A. S., Rachmah, J. N., & Sanin, S. B. F. (2023). Technology Capitalization for Javanese Cultural Broadcast Serving Surabaya Urban Community. *The Journal of Society and Media*, 7(1), 48–70. <https://doi.org/10.26740/jsm.v7n1.p48-70>
- Agustina, L. (2018). Live Video Streaming sebagai Bentuk Perkembangan Fitur Media Sosial. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(1), 17–23.
- Alamiyah, S. S., & Achmad, Z. A. (2015). The role of citizen journalism in creating public sphere in Indonesia. *ICoDA*, 162–167.
- Albińska, K. (2018). Radio as a Transmitter of Culture-specific Knowledge in the Age of Edutainment. *Kultura i Edukacja*, 122(4), 190–205. <https://doi.org/10.15804/kie.2018.04.12>
- Aminah, R. Si. (2016). Peran Radio Komunitas dalam Komunikasi. *Wahana*, 1(10), 60–71.
- Aprilani, A. (2011). Radio Internet dalam Perspektif Determinisme Teknologi. *Jurnal ASPIKOM*, 1(2), 159–170.
- Basli, M. Y., & Achmad, Z. A. (2024). Studi Etnografi Virtual Kritik Sosial dalam Konten Kanal Youtube Tekotok terkait Kenaikan Harga Bahan Bakar Minyak di Indonesia. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(1), 466–478. <https://doi.org/10.47467/DAWATUNA.V4I1.5216>
- Bottomley, A. J. (2020). *Sound Streams: A Cultural History of Radio-Internet Convergence*. University of Michigan Press.
- Bungin, B. (2018). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Canavilhas, J. (2012). From remediation to convergence: looking at the Portuguese media. *Brazilian Journalism Research*, 8(1), 7–21. <https://doi.org/10.25200/bjr.v8n1.2012.406>
- Cordeiro, P. (2012). Radio becoming r@ dio: Convergence, interactivity and broadcasting trends in perspective. *Participations*, 9(2), 492–510.
- Diyansyah, V. S. (2015). *Rancang bangun aplikasi radio streaming berbasis android menggunakan*

- QoS (Quality of Service): Studi kasus di Radio Al Umm FM*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Dzinamarira, T., Nachipo, B., Nyathi, A., Madziva, R., Herrera, H., Siegel, H., & Musuka, G. (2022). The case to scale up edutainment as an effective public health communication intervention to combat the COVID-19 pandemic in Zimbabwe. *Health Promot Perspect*, 12(1), 34–36. <https://doi.org/10.34172/hpp.2022.05>
- Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, A. S. (2016). Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram. *Jurnal Komunikasi Kareba*, 5, 259–272. <https://doi.org/10.1080/14639947.2015.1006801>
- Gultom, A. D. (2015). Kajian implementasi radio siaran digital di Indonesia [Study of digital radio broadcasting implementation in Indonesia]. *Buletin Pos Dan Telekomunikasi*, 13(2), 133–150.
- Harliantara, H. (2019). Website pada Industri Penyiaran Radio di Indonesia: Live Streaming dan Podcasting. *Jurnal Studi Komunikasi*, 3(1), 82–100.
- Herdiana, I. (2012). Pemberdayaan dan Fungsi Media dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Insan Media Psikologi*, 12(3), 160–165.
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied, and Everyday*. Bloomsbury.
- Kalamar, D. (2016). Convergence of Media and Transformation of Audience. *Informatologia*, 49(3–4), 190–202.
- Lange, P. (2019). *Thanks for Watching: An Anthropological Study of Video Sharing on YouTube*. University Press of Colorado.
- McEwan, R. (2008). *Radio: Challenges and New Directions*. Auckland University of Technology.
- Museum Media. (2010). *Internet Talk Radio*.
- Putri, D. S., Achmad, Z. A., Alamiyah, S. S., Arviani, H., & Febrianita, R. (2022). Kritik Satire pada Pejabat Negara Indonesia melalui Roasting Stand-Up Comedy Kiky Saputri di Youtube. *Nomosleca*, 8(2), 132–145.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press.
- Rysan, R. M., Alamiyah, S. S., Claretta, D., & Achmad, Z. A. (2021). Etnografi virtual kritik satire video YouTube's Got Talent di kanal Skinnyindonesian24. *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 10(2), 44–60.
- Simanjuntak, D. A., Utomo, D. B., & Sanjoyo, B. A. (2012). Pengembangan Sistem Siaran Radio Live Streaming Audio Visual. *Jurnal Sains Dan Seni*, 1(1), 1–6.
- Social Blade. (2024). *Analitik Channel YouTube Weradiosub*.
- Suarjana, S. K. E. (2021). Pemberdayaan Radio Komunitas Sekolah sebagai Media Belajar di Smp Negeri 2 Susut pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(2), 234–243. <https://doi.org/https://doi.org/10.46799/jst.v2i2.225>
- 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>