

Sejarah Perjuangan Radio Gen FM dalam Mempertahankan Eksistensi Radio di Jakarta 2007–2024

Addin Zahran Rahman¹

Program Studi Pendidikan Sejarah, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri
Jakarta¹

Email: addinzrahman@gmail.com

Abstract: *The development of media technology since 2007 has transformed the media consumption patterns of Jakarta's society and triggered competition among radio, television, and digital media. Amid the dominance of visual and online media, radio has continued to maintain its relevance as an audio medium that remains close to young listeners. Gen-FM Jakarta serves as an example of a radio station that has managed to survive through the role of its broadcasters in sustaining closeness with listeners and preserving its identity through 2024. This research focuses on the efforts of Gen-FM Jakarta broadcasters to sustain the station's existence during the period 2007–2024, encompassing a reconstruction of the broadcasters' journey, strategies for facing competition from television, the internet, and digital platforms, as well as forms of innovation and adaptation during and after the COVID-19 pandemic. This study employs a historical approach comprising the stages of heuristics, criticism, interpretation, and historiography, drawing on written sources and interviews, which are triangulated with secondary data from survey institutions (Nielsen and APJII) to strengthen the validity of the findings. The results show that broadcasters play a crucial role in sustaining radio's existence through consistency in broadcast format, the use of language that resonates with youth culture, and the utilization of social media and off-air activities to maintain closeness with listeners. This role is explained through the frameworks of parasocial interaction and polymedia, which illustrate how broadcasters manage emotional closeness across platforms as a strategy for the institutional sustainability of radio.*

Keywords: *Radio Existence, Gen-FM, The Role of Broadcasters, Parasocial Interaction, Polymedia*

Abstrak: Perkembangan teknologi media sejak 2007 mengubah pola konsumsi media masyarakat Jakarta dan memicu persaingan antara radio, televisi, dan media digital. Di tengah dominasi media visual dan daring, radio tetap mempertahankan relevansinya sebagai media audio yang dekat dengan pendengar muda. Gen-FM Jakarta menjadi contoh radio yang mampu bertahan melalui peran penyiar dalam menjaga kedekatan dan identitas hingga 2024. Penelitian ini berfokus pada perjuangan penyiar Gen-FM Jakarta dalam mempertahankan eksistensi radio pada periode 2007–2024, yang meliputi rekonstruksi perjalanan penyiar, strategi menghadapi persaingan televisi, internet, dan platform digital, serta bentuk inovasi dan adaptasi pada masa pandemi dan pascapandemi. Penelitian ini menggunakan pendekatan historis dengan tahapan heuristik, kritik, interpretasi, dan historiografi melalui sumber tertulis dan wawancara, yang ditriangulasi dengan data sekunder dari lembaga survei (Nielsen dan APJII) untuk memperkuat validitas temuan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyiar berperan penting dalam mempertahankan eksistensi radio melalui konsistensi format siaran, penggunaan bahasa yang dekat dengan budaya anak muda, serta pemanfaatan media sosial dan kegiatan off-air untuk menjaga kedekatan dengan pendengar. Peran ini dijelaskan melalui kerangka interaksi parasosial dan polymedia yang menunjukkan bagaimana penyiar mengelola kedekatan emosional lintas platform sebagai strategi keberlanjutan institusional radio.

Kata kunci: Eksistensi Radio, Gen-FM, Peran Penyiar, Interaksi Parasosial, Polymedia

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi memicu perubahan signifikan pada industri penyiaran dan pola konsumsi media di Jakarta selama periode 2007–2024. Di pusat ekonomi dan budaya, terjadi persaingan ketat antara radio, televisi, dan media digital dalam memperebutkan perhatian masyarakat. Meskipun saat ini didominasi oleh televisi dan internet, radio tetap eksis sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat Jakarta karena memiliki daya tarik khas. Data Nielsen menunjukkan bahwa televisi masih menjadi media utama sementara internet tumbuh pesat, namun radio tetap relevan karena mampu membangun “theatre of mind” melalui kekuatan audio (Harliantara & Rustam, 2021). Potensi keberlanjutan radio terlihat dari hasil survei Nielsen Radio Audience Measurement 2016 yang mencatat bahwa 57% pendengar berasal dari Generasi Z dan Milenial, di mana 4 dari 10 pendengar kini mengakses siaran melalui perangkat personal seperti ponsel (Lubis, 2016).

Awal tahun 2000-an terjadi persaingan antara radio dengan televisi akibat kemunculan saluran televisi khusus musik yaitu MTV. Kehadiran saluran tersebut dengan slogan “Video Kill The Radio Star” memperkuat persaingan karena televisi memiliki keunggulan visual yang memberikan penikmat musik pilihan lebih (Putri, 2014; Saputra, 2019). Gen-FM Jakarta merupakan salah satu radio swasta yang mampu bertahan di tengah perkembangan teknologi dan media baru sejak mengudara pada tahun 2007 dengan slogan “Suara Musik Terkini”. Keberhasilan Gen-FM menghadapi persaingan tidak hanya karena strategi manajemen, tetapi juga peran penting para penyiarinya sebagai ujung tombak yang membangun kedekatan emosional, menjaga interaksi, dan menciptakan identitas stasiun. Perjuangan penyiar Gen-FM dalam konteks sejarah penting untuk diteliti karena menunjukkan cara individu dalam industri media beradaptasi dengan perubahan zaman.

Penelitian-penelitian terdahulu telah menyinggung topik yang berdekatan, misalnya mengenai transisi generasi pendengar dari radio ke platform musik digital (Al Mujahid & Mitra, 2025), strategi *public relations* Gen-FM dalam

mempertahankan reputasi di era digital (Fakhrana dkk., 2025), serta adaptasi manajemen siaran Gen-FM dan Prambors selama pandemi (Singarimbun & Keliat, 2024). Kajian-kajian tersebut umumnya menyoroti level institusi atau khalayak, sedangkan peran individual penyiar sebagai aktor sejarah yang menjembatani radio dengan pendengarnya dalam rentang waktu longitudinal 2007–2024 belum banyak dibahas secara khusus. Kesenjangan inilah yang menjadi celah (gap) yang diisi oleh penelitian ini.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dirumuskan ke dalam tiga pertanyaan penelitian, yaitu: (1) bagaimana penyiar Gen-FM Jakarta membangun dan mempertahankan identitas serta kedekatan dengan pendengar sepanjang periode 2007–2024; (2) strategi apa yang ditempuh penyiar Gen-FM dalam menghadapi tantangan kompetisi televisi, internet, dan platform digital pada setiap periode; dan (3) bagaimana bentuk inovasi dan adaptasi penyiar Gen-FM pada masa pandemi dan pascapandemi COVID-19. Kontribusi ilmiah penelitian ini terletak pada upaya merekonstruksi peran penyiar sebagai aktor sejarah media pada level mikro-individual, sekaligus menawarkan kerangka interpretatif berbasis konsep interaksi parasosial dan polymedia untuk menjelaskan strategi keberlangsungan radio konvensional di tengah disrupsi digital—suatu perspektif yang relatif belum banyak digunakan dalam kajian sejarah penyiaran di Indonesia.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merekonstruksi perjalanan para penyiar Gen-FM dalam mempertahankan eksistensi radio di Jakarta pada periode 2007–2024 serta menganalisis strategi yang mereka tempuh dalam menghadapi persaingan televisi, internet, dan platform digital. Selain itu, penelitian ini bertujuan mengungkap inovasi dan adaptasi yang dilakukan para penyiar Gen-FM, khususnya pada masa pandemi dan pascapandemi, guna menjaga relevansi serta kedekatan dengan audiens.

KERANGKA TEORETIS

Untuk menjawab pertanyaan penelitian di atas, kajian ini menggunakan dua konsep utama sebagai pisau analisis. Pertama, konsep interaksi parasosial (para-

social interaction) yang diperkenalkan Horton dan Wohl (1956) menjelaskan relasi satu arah yang terasa intim antara khalayak dengan figur media, seperti penyiar radio, meskipun kedua pihak tidak pernah bertemu secara langsung. Konsep ini relevan untuk membaca strategi Gen-FM membangun sapaan khas “Sobat Gen”, gaya bicara “gue banget”, serta segmen interaktif seperti “salah sambung” sebagai upaya penyiar menciptakan ilusi kedekatan personal dengan pendengarnya.

Kedua, konsep polymedia yang dikembangkan Madianou dan Miller (2012) memandang berbagai platform komunikasi bukan sebagai medium yang berdiri sendiri-sendiri, melainkan sebagai satu lingkungan terintegrasi yang dinavigasi pengguna sesuai kebutuhan sosial dan emosionalnya. Konsep ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana penyiar Gen-FM mengombinasikan siaran on-air, media sosial (Twitter, Instagram, TikTok), dan platform podcast (Noice, Spotify) sebagai satu kesatuan strategi menjaga relasi dengan pendengar, bukan sekadar migrasi dari satu medium ke medium lain. Kedua konsep ini digunakan secara komplementer di sepanjang bagian hasil dan pembahasan untuk menginterpretasi temuan historis yang diperoleh.

METODE

Penelitian ini mengadopsi pendekatan historis dengan menggunakan langkah-langkah heuristik untuk mengumpulkan data dan merangkai narasi yang memiliki makna melalui penerapan metodologi sejarah Kuntowijoyo (2013:50). Tahapan dimulai dengan pemilihan topik berdasarkan kedekatan emosional dan intelektual, diikuti oleh heuristik untuk mengumpulkan sumber tertulis dan lisan yang relevan. Selanjutnya, dilakukan tahap kritik melalui kritik ekstern untuk mengevaluasi otentisitas sumber serta kritik intern untuk memastikan kepercayaan dan keabsahan isi sumber. Tahap interpretasi dilakukan dengan memberikan penafsiran dan analisis terhadap fakta-fakta yang ditemukan guna merangkai hubungan antar-informasi. Akhirnya, historiografi menjadi tahap penyajian hasil temuan dalam bentuk tulisan sejarah yang merupakan kegiatan menyampaikan hasil sintesis fakta-fakta (Sjamsuddin, 1992:153).

Sumber tertulis yang digunakan dalam penelitian ini mencakup dokumen korporat (company profile Gen 98.7 FM 2023), publikasi akademik dan jurnal terdahulu mengenai Gen-FM dan industri radio (Gumala, 2012; Sadarin, 2024; Singarimbun & Keliat, 2024; Fakhrana dkk., 2025), data survei lembaga riset (Nielsen, APJII), serta liputan media daring sezaman (Liputan6.com, 2020). Sumber lisan diperoleh melalui wawancara mendalam (in-depth interview) dengan Fadil Patra Dwi Gumala selaku penyiar dan produser Gen-FM yang aktif sejak 2009 hingga periode pascapandemi, sebagai informan kunci yang mengalami langsung ketiga periode yang dikaji.

Kritik ekstern dilakukan dengan memeriksa keaslian dan kredibilitas penerbit sumber tertulis (jurnal terakreditasi, laporan resmi lembaga survei, dan dokumen korporat resmi Gen-FM), sedangkan kritik intern dilakukan dengan membandingkan (triangulasi) keterangan informan wawancara dengan data statistik Nielsen dan APJII serta pemberitaan media pada periode yang sama, untuk mengurangi risiko bias subjektivitas informan tunggal. Penelitian ini bersifat kualitatif-deskriptif dengan data kuantitatif (statistik pendengar dan penetrasi internet) digunakan sebagai penguat konteks, bukan sebagai data primer analisis.

Periodisasi penelitian (2007–2010, 2011–2019, dan 2020–2024) disusun berdasarkan titik balik teknologi dan sosial yang memengaruhi industri radio secara langsung, yaitu: pendirian Gen-FM dan masa awal pembentukan format siaran (2007–2010); percepatan penetrasi media sosial dan layanan streaming musik yang mengubah pola konsumsi audio (2011–2019); serta disrupsi sosial akibat pandemi COVID-19 dan konsolidasi strategi digital pascapandemi (2020–2024). Ketiga periode ini selaras dengan temuan Nielsen dan APJII yang dikutip pada masing-masing bagian pembahasan, sehingga batas waktu tidak ditetapkan secara arbitrer, melainkan mengikuti perubahan struktural yang teridentifikasi dalam data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Awal Perjuangan Penyiar Gen-FM (2007–2010)

Menjelang berdirinya Gen-FM pada tahun 2007, industri radio Jakarta mengalami transisi struktural akibat pergeseran dominasi media ke televisi musik seperti MTV Indonesia. Keunggulan visual dan citra modern membuat radio tidak lagi menjadi satu-satunya media hiburan audio (Saputra, 2019). Kehadiran YouTube dan situs berbagi musik daring juga memperkenalkan pola konsumsi baru melalui kebebasan memilih konten yang tidak sepenuhnya disediakan radio konvensional (Suskarwati, 2021). Namun, radio tetap memiliki segmen loyal di kalangan muda yang mendengarkan saat beraktivitas, sehingga mendorong lahirnya format radio baru yang lebih cepat, ringkas, dan relevan dengan gaya hidup urban (Putri, 2014). Kondisi ini menjadi konteks historis lahirnya Gen-FM Jakarta pada tahun 2007.

Berdirinya Gen-FM Jakarta pada 9 Agustus 2007 merupakan bagian dari restrukturisasi industri radio oleh Mahaka Radio Integra (MARI) setelah mengakuisisi frekuensi 98,7 FM dari Radio Attahiriyah (Sadarin, 2024). Dengan dukungan konsultan Astro Malaysia, Gen-FM mengembangkan format siaran modern berbasis riset yang menonjolkan durasi bicara singkat serta gaya komunikasi lugas. Melalui slogan “Suara Musik Terkini”, stasiun ini menyasar pendengar muda usia 18–35 tahun dengan fokus pada musik populer Indonesia bertempo cepat (Gumala, 2012). Secara korporasi, Gen-FM berada di bawah naungan PT Mahaka Media Tbk (MahakaX) milik Erick Thohir, yang juga mengelola berbagai media seperti Republika dan sejumlah stasiun radio populer lainnya melalui ekspansi bisnis serta akuisisi strategis (Singarimbun & Keliat, 2024; Sadarin, 2024).

Pada periode awal, penyiar Gen-FM bukan sekadar pengisi suara, melainkan aktor sejarah yang membentuk identitas institusi di tengah persaingan media. Gen-FM membangun kekuatannya melalui transfer pengalaman penyiar senior seperti Kemal Mochtar, Ade Herlina, dan TJ. Salah satu figur

representatifnya adalah Fadil Patra Dwi Gumala (Patra), yang bergabung pada 2009 membawa pengalaman produser dari Trax FM. Proses adaptasi penyiar sangat krusial karena Gen-FM awalnya hanya memutar musik 24 jam tanpa penyiar, sebelum akhirnya bertransformasi memperkuat peran penyiar sebagai penghubung emosional.

Ciri khas penyiar Gen-FM terbentuk melalui format siaran yang unik, yakni pembatasan durasi bicara solo hanya 30 hingga 60 detik agar tetap fokus pada musik sebagai konten utama. Meski singkat, penyiar dituntut menyampaikan informasi secara padat, santai, dan efektif guna menciptakan ilusi kedekatan. Identitas ini diperkuat secara kultural melalui sapaan khas “Sobat Gen” yang membangun relasi setara dengan audiens. Selain itu, interaksi melalui segmen populer seperti “salah sambung” mengukuhkan peran penyiar sebagai teman yang hadir dalam kehidupan sehari-hari pendengar. Dibaca melalui konsep interaksi parasosial (Horton & Wohl, 1956), pola sapaan dan segmen interaktif ini secara sengaja dirancang untuk memproduksi rasa keterlibatan intim satu arah, di mana pendengar merasa mengenal penyiar secara personal meskipun relasi tersebut sebagian besar dimediasi oleh siaran. Secara kolektif, para penyiar ini merepresentasikan gaya hidup generasi muda perkotaan Jakarta dan menjadi wajah utama radio dalam mempertahankan eksistensinya.

Gen-FM mengawali popularitasnya secara cepat melalui strategi siaran musik tanpa iklan dan penyiar, yang memicu rasa penasaran serta penyebaran informasi secara lisan atau word of mouth (WOM). Kekuatan ini diperkuat oleh slogan “Suara Musik Terkini” yang menjadi simbol identitas bagi pendengar muda Jakarta. Meski penyiar hanya diberi durasi bicara singkat sekitar 30 detik hingga satu menit, format ini justru menjadi jembatan emosional yang efektif dan sesuai dengan karakter audiens urban yang dinamis. Menurut Patra, gaya bicara santai dan akrab tersebut merupakan strategi branding untuk menciptakan citra “gue banget”, menjadikan penyiar sebagai aktor utama yang menjaga loyalitas pendengar di tengah persaingan industri radio.

Periode 2007–2010 menjadi fase sulit bagi penyiar Gen-FM akibat dominasi televisi yang unggul secara visual dan kemunculan internet yang mengubah pola konsumsi musik menjadi lebih personal. Digitalisasi musik melalui layanan streaming dan pengunduhan legal seperti iTunes menjadi ancaman nyata, seiring melonjaknya pengguna internet dari 20 juta menjadi 42 juta orang (APJII, 2017). Patra mengungkapkan bahwa tantangan utama adalah perbedaan budaya dan target pendengar, di mana audiens muda Jakarta mulai kritis dan cepat bosan. Kondisi ini menuntut profesionalisme penyiar untuk beradaptasi dengan gaya hidup urban agar tetap relevan. Strategi adaptasi dan kemampuan memahami audiens tersebut menjadi kunci penting dalam menjaga identitas Gen-FM sebagai “Suara Musik Terkini” di tengah perubahan lanskap media.

Menghadapi persaingan digital, penyiar Gen-FM menerapkan strategi komunikasi yang ringan, relevan, dan spontan dengan menempatkan diri sebagai “teman ngobrol” alih-alih “pembawa berita” guna membangun kedekatan emosional dengan audiens muda. Melalui unsur humor dan interaksi intensif, fase 2007–2010 berhasil membentuk citra Gen-FM sebagai simbol radio modern Indonesia yang menyatu dengan gaya hidup urban Jakarta. Keberhasilan strategi ini dibuktikan oleh data Nielsen yang menunjukkan lonjakan pendengar hingga mencapai 4,7 juta orang pada pertengahan 2011, serta tingkat keterlibatan yang tinggi dengan rata-rata waktu dengar (Time Spent Listening) selama 60 menit per hari pada tahun 2012. Kenaikan jumlah pendengar dan durasi dengar tersebut menjadi indikator empiris yang memperkuat klaim bahwa strategi kedekatan personal penyiar, bukan semata faktor programasi musik, berkontribusi pada pertumbuhan audiens di fase awal ini, meskipun data Nielsen tidak secara eksplisit memisahkan kontribusi format musik dari kontribusi gaya siaran penyiar sehingga hubungan sebab-akibat ini perlu dibaca sebagai interpretasi historis, bukan kausalitas statistik yang terukur.

Strategi dan Adaptasi Penyiar Gen-FM di Era Digital (2011–2019)

Memasuki dekade 2010-an, industri media di Jakarta mengalami percepatan digitalisasi yang mengubah secara mendasar cara generasi muda mengakses hiburan dan informasi. Media sosial, layanan streaming musik, dan platform berbasis internet mulai menggeser radio sebagai sumber utama konsumsi audio. Data Nielsen menunjukkan bahwa penetrasi radio di kota-kota besar Indonesia turun dari 37,6 persen pada 2016 menjadi 34,3 persen pada 2018, sementara penggunaan internet terus meningkat seiring meluasnya akses smartphone dan paket data murah (Nielsen, 2018; APJII, 2019). Di tengah perubahan ini, radio tidak lagi berkompetisi hanya dengan televisi, melainkan dengan ekosistem digital yang menyediakan konten audio dan visual secara on-demand. Situasi ini menciptakan tekanan struktural baru bagi Gen-FM, terutama bagi para penyiar yang berada di garis depan interaksi dengan pendengar muda Jakarta.

Bagi penyiar Gen-FM, era 2011–2019 merupakan fase di mana tantangan utama tidak lagi terletak pada keberadaan televisi, melainkan pada fragmentasi perhatian audiens akibat media sosial dan layanan streaming seperti Spotify, YouTube, dan SoundCloud. Pendengar muda kini dapat memilih lagu, membuat playlist pribadi, serta mengikuti idola musik mereka tanpa bergantung pada kurasi radio (McQuail, 2011; Suskarwati, 2021). Dalam kondisi ini, keunggulan radio sebagai pemutar musik semakin menyempit, sehingga peran penyiar bergeser dari sekadar pengantar lagu menjadi aktor kultural yang harus menciptakan pengalaman mendengarkan yang tidak dapat digantikan oleh algoritma digital. Menanggapi perubahan tersebut, penyiar Gen-FM melakukan adaptasi gaya komunikasi yang semakin menekankan kedekatan emosional dan relevansi sosial. Bahasa siaran dibuat lebih personal, santai, dan mencerminkan keseharian anak muda Jakarta, dengan referensi pada tren, media sosial, serta pengalaman urban. Penyiar tidak lagi hanya berbicara “kepada” pendengar, tetapi berupaya berbicara “bersama” pendengar, menciptakan ilusi dialog dalam ruang publik audio. Interaksi melalui telepon, SMS, dan kemudian media sosial menjadi sarana penting untuk

mempertahankan keterlibatan audiens di tengah meningkatnya distraksi digital (Nasrullah, 2017).

Transformasi ini juga terlihat dalam cara penyiar memanfaatkan platform digital sebagai perpanjangan ruang siaran. Media sosial seperti Twitter, Instagram, dan kemudian YouTube digunakan untuk menampilkan sisi personal penyiar di luar jam on-air, memperkuat ikatan parasosial antara penyiar dan pendengar. Dengan menampilkan aktivitas sehari-hari, humor internal, serta respons langsung terhadap komentar audiens, penyiar membangun citra sebagai figur yang autentik dan dekat, bukan sekadar suara anonim di udara. Strategi ini memungkinkan Gen-FM tetap relevan di ruang digital yang semakin kompetitif, sekaligus mempertahankan identitasnya sebagai radio anak muda Jakarta. Dalam kerangka polymedia (Madianou & Miller, 2012), pergeseran ini tidak dapat dibaca sebagai perpindahan dari satu medium (radio) ke medium lain (media sosial), melainkan sebagai perluasan satu ekosistem komunikasi yang saling melengkapi: siaran on-air menghadirkan kedekatan kolektif secara real-time, sementara media sosial menghadirkan kedekatan personal yang berkelanjutan di luar jam siaran. Penyiar berperan sebagai pengelola ekosistem tersebut, memilih platform yang paling sesuai untuk setiap bentuk interaksi dengan pendengarnya.

Di sisi program, Gen-FM juga mendorong inovasi yang memberi ruang lebih besar bagi keterlibatan penyiar dalam menciptakan konten yang kontekstual. Program tidak lagi hanya disusun berdasarkan rotasi musik, tetapi juga mengakomodasi topik-topik populer, percakapan ringan, serta segmentasi yang memungkinkan pendengar merasa menjadi bagian dari komunitas “Sobat Gen”. Penyiar berperan sebagai kurator budaya pop yang menjembatani dunia musik, tren media sosial, dan kehidupan urban Jakarta. Dengan cara ini, radio tetap memiliki fungsi sosial sebagai ruang bersama, meskipun audiensnya semakin terfragmentasi oleh teknologi digital.

Meskipun tekanan ekonomi industri radio meningkat akibat pergeseran belanja iklan ke platform digital (Nielsen, 2021), keberhasilan Gen-FM

mempertahankan basis pendengarnya tidak terlepas dari kerja simbolik para penyiar. Mereka bukan hanya menyampaikan konten, tetapi juga menjaga kontinuitas pengalaman mendengarkan radio sebagai praktik sosial yang akrab dan bermakna. Dalam konteks ini, penyiar bertindak sebagai agen sejarah yang menegosiasikan posisi radio di tengah arus digitalisasi, memastikan bahwa Gen-FM tetap hadir dalam kehidupan sehari-hari generasi muda Jakarta.

Periode 2011–2019 dengan demikian menjadi fase konsolidasi identitas Gen-FM sebagai radio modern yang mampu beradaptasi tanpa kehilangan ciri khasnya. Melalui kombinasi gaya komunikasi yang fleksibel, pemanfaatan media sosial, dan inovasi program yang berorientasi pada kedekatan emosional, para penyiar berhasil mempertahankan relevansi radio di tengah dominasi platform digital. Keberhasilan ini tidak hanya menunjukkan daya tahan institusional Gen-FM, tetapi juga menegaskan peran historis penyiar sebagai aktor kunci dalam menjaga eksistensi radio di era transformasi media.

Inovasi Dan Perjuangan Penyiar Gen-FM Pada Masa Pandemi Dan Pascapandemi (2020–2024)

Pandemi COVID-19 yang mulai merebak di Indonesia pada awal 2020 menjadi titik balik besar bagi industri radio di Jakarta. Kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) mengubah ritme kehidupan masyarakat perkotaan yang sebelumnya sangat bergantung pada mobilitas. Radio yang selama ini hidup dari kebiasaan masyarakat mendengarkan siaran di perjalanan, kantor, dan ruang publik kehilangan salah satu konteks sosial terpentingnya. Penurunan aktivitas luar ruang menyebabkan berkurangnya konsumsi radio, sementara penggunaan internet, media sosial, dan platform streaming meningkat secara signifikan. Pada saat yang sama, belanja iklan sebagai sumber utama pendapatan radio mengalami penurunan tajam, sehingga memperlemah posisi ekonomi media konvensional.

Di Jakarta, dengan tingkat penetrasi internet yang tinggi, dampak ini terasa lebih cepat dan lebih dalam. Radio tidak hanya menghadapi penurunan pendengar, tetapi juga perubahan cara kerja. Sejak 17 Maret 2020, radio-radio dalam Mahaka

Radio Integra, termasuk Gen-FM Jakarta, mulai menerapkan siaran dari rumah. Ruang domestik penyiar berubah menjadi ruang produksi siaran. Penyiar harus beradaptasi dengan teknologi jarak jauh dan perangkat pribadi, sekaligus menghadapi keterbatasan teknis dan perubahan pola kerja. Namun kondisi ini juga membuka bentuk relasi baru dengan pendengar. Siaran dari rumah menghadirkan nuansa personal yang membuat penyiar dan pendengar berbagi pengalaman yang sama sebagai individu yang menghadapi pandemi.

Penyiar Gen-FM memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram Live, untuk memperkuat interaksi. Mereka tidak hanya menyampaikan hiburan, tetapi juga berbagi cerita tentang keseharian selama karantina. Kampanye #MARIsalingjaga menempatkan radio sebagai medium solidaritas dan energi positif. Dalam situasi penuh kecemasan, suara penyiar menjadi bentuk kehadiran sosial yang menjaga kesinambungan hubungan antara radio dan pendengarnya. Episode ini memperlihatkan intensifikasi interaksi parasosial: kedekatan yang sebelumnya dibangun lewat siaran singkat kini diperluas melalui keterbukaan penyiar mengenai kehidupan pribadinya selama karantina, yang membuat relasi terasa semakin setara dan resiprokal meskipun tetap berlangsung satu arah secara struktural. Pada saat yang sama, penyiar juga menjadi lebih mandiri secara teknis karena harus mengelola perangkat siaran sendiri. Hal ini memperluas peran penyiar dari sekadar figur on-air menjadi aktor yang adaptif dan multifungsi.

Penurunan iklan dan perubahan pola konsumsi media mendorong Gen-FM dan para penyiar untuk mengintegrasikan media sosial dan platform digital dalam strategi komunikasi. Radio tidak lagi hanya menjadi media audio, tetapi juga harus tampil sebagai platform visual dan partisipatif melalui Instagram, TikTok, dan siaran live. Model siaran ganda, yaitu siaran radio beriringan dengan live di media sosial, memungkinkan penyiar menjangkau audiens radio konvensional dan audiens digital secara bersamaan. Interaksi lanjutan di media sosial menjadi sarana penting untuk menjaga hubungan emosional dengan pendengar. Model siaran ganda ini merupakan wujud paling eksplisit dari praktik polymedia pada masa pandemi: penyiar tidak memilih salah satu platform sebagai pengganti radio,

melainkan menyusun kombinasi platform secara strategis sesuai kebutuhan komunikasi, radio untuk jangkauan luas dan rutinitas, media sosial untuk kedekatan personal dan responsif.

Pada periode pascapandemi, persaingan semakin kuat dengan platform digital seperti Spotify, YouTube, dan Noice. Gen-FM, melalui Mahaka Group, meluncurkan Noice sebagai platform streaming dan podcast. Penyiar seperti Patra Gumala terlibat sebagai kreator podcast, baik di Noice maupun di Spotify melalui Podcast Ancur (Anda Curhat). Podcast ini mengusung format interaktif dua arah yang mentransfer dinamika kedekatan radio ke ruang digital. Pengalaman produksi yang sederhana menunjukkan bahwa adaptasi digital lebih menekankan kreativitas dan keberanian mencoba medium baru daripada infrastruktur besar. Penyiar bertransformasi menjadi kreator konten lintas platform tanpa meninggalkan karakter radio.

Dalam konteks pascapandemi 2022–2024, penyiar Gen-FM memainkan peran penting dalam mempertahankan eksistensi radio. Radio tidak lagi menjadi media utama, tetapi menjadi media pendamping yang hanya dipilih jika mampu memberi kedekatan emosional. Penyiar menghadirkan suasana siaran yang personal, relevan, dan membangun rasa kebersamaan. Data Gen-FM 2023 menunjukkan radio ini masih mempertahankan segmentasi pendengar anak muda Jakarta, yang menandakan keberlanjutan fungsi sosial radio. Penyiar menjadi figur yang menjaga makna sosial radio di tengah dominasi platform digital. Perlu dicatat bahwa data company profile 2023 yang menjadi rujukan bagian ini bersifat internal dan deskriptif, sehingga klaim keberlanjutan loyalitas pendengar dalam penelitian ini lebih tepat dibaca sebagai indikasi awal yang didukung sumber institusional tunggal, bukan sebagai temuan yang telah diverifikasi melalui survei pendengar independen; hal ini menjadi keterbatasan yang perlu ditindaklanjuti pada penelitian berikutnya.

Pascapandemi juga menjadi fase di mana penyiar menjalankan peran ganda sebagai penyiar radio dan figur publik di ruang digital. Aktivitas di media sosial

dan konten daring tidak menggantikan radio, tetapi memperluas ruang eksistensinya. Radio bertahan bukan karena menjadi pusat hiburan, melainkan karena mampu mempertahankan relasi sosial yang tidak sepenuhnya dapat digantikan oleh algoritma digital. Seperti yang disampaikan Patra Gumala, radio tidak akan mati, tetapi bentuk bisnisnya berubah, menggabungkan siaran on-air, digital, dan event. Dalam konteks ini, penyiar tetap menjadi wajah utama dan simbol keberlanjutan radio sebagai medium berbasis relasi manusia.

KESIMPULAN

Penelitian ini merekonstruksi perjalanan penyiar Gen-FM sebagai pelaku sejarah media dalam mempertahankan eksistensi radio di Jakarta sepanjang periode 2007–2024. Rentang waktu ini mencakup fase-fase penting dalam perkembangan industri media, mulai dari masa pertumbuhan radio pascareformasi, pergeseran besar akibat hadirnya internet dan media digital, hingga krisis pandemi COVID-19 dan periode pascapandemi. Dalam seluruh proses tersebut, penyiar tidak hanya berperan sebagai pengisi siaran, melainkan sebagai aktor yang terlibat langsung dalam menjaga keberlanjutan radio sebagai institusi sosial dan budaya.

Merujuk pada rumusan masalah yang diajukan, penelitian ini menyimpulkan tiga hal pokok. Pertama, penyiar Gen-FM membangun dan mempertahankan identitas serta kedekatan dengan pendengar melalui konsistensi format siaran (durasi bicara singkat, sapaan “Sobat Gen”, dan segmen interaktif) yang secara konsisten memproduksi relasi parasosial sepanjang tiga periode yang dikaji. Kedua, strategi penyiar dalam menghadapi kompetisi televisi, internet, dan platform digital berkembang secara bertahap: dari gaya komunikasi “teman ngobrol” pada 2007–2010, perluasan ke media sosial sebagai ekosistem polymedia pada 2011–2019, hingga model siaran ganda dan produksi podcast lintas platform pada 2020–2024. Ketiga, inovasi dan adaptasi pada masa pandemi dan pascapandemi menunjukkan bahwa keberlangsungan radio tidak semata bergantung pada teknologi siaran, melainkan pada kemampuan penyiar mengelola kedekatan emosional secara adaptif lintas medium.

Sejak berdiri pada tahun 2007, Gen-FM memasuki lanskap radio Jakarta yang sudah padat dan kompetitif. Dalam situasi ini, penyiar menjadi ujung tombak pembentukan identitas radio karena merekalah yang berinteraksi langsung dengan pendengar. Dengan latar belakang pengalaman dari industri radio sebelumnya, penyiar Gen-FM membangun format siaran yang menekankan musik populer, durasi bicara singkat, serta gaya komunikasi yang santai dan dekat dengan kehidupan anak muda. Melalui sapaan khas “Sobat Gen” dan bahasa yang akrab, radio ini secara bertahap membentuk citra sebagai “teman” bagi pendengarnya.

Memasuki era internet dan media sosial, tantangan terhadap radio semakin besar. Pola konsumsi media berubah, terutama di kalangan generasi muda, yang semakin terbiasa dengan konten digital yang cepat dan personal. Dalam situasi ini, penyiar Gen-FM tidak bersikap pasif. Mereka memperluas ruang komunikasi melalui media sosial dan platform digital untuk menjaga kedekatan dengan pendengar di luar jam siaran. Proses ini menunjukkan adanya negosiasi antara tradisi radio dan tuntutan zaman baru, di mana penyiar berperan sebagai jembatan yang memungkinkan radio tetap relevan tanpa kehilangan identitas dasarnya.

Masa pandemi COVID-19 menjadi titik ujian paling berat. Siaran dari rumah memaksa penyiar beradaptasi secara teknis dan emosional. Namun, justru pada fase ini terlihat peran penting penyiar dalam menjaga relasi dengan pendengar. Melalui siaran yang lebih personal dan interaksi di media sosial, radio kembali menegaskan dirinya sebagai medium yang hadir dan menemani di tengah keterbatasan ruang sosial. Pengalaman ini kemudian menjadi bekal penting pada periode pascapandemi, ketika radio menghadapi dominasi platform streaming dan podcast.

Secara keseluruhan, perjalanan penyiar Gen-FM menunjukkan bahwa eksistensi radio tidak semata-mata ditentukan oleh teknologi, tetapi oleh kemampuan manusia di dalamnya untuk membaca perubahan dan membangun hubungan sosial dengan pendengar. Penyiar menjadi penghubung antara institusi radio dan realitas sosial masyarakat. Melalui adaptasi, inovasi, dan kedekatan

emosional, mereka menjaga radio tetap hidup sebagai ruang komunikasi dan kebersamaan di tengah arus digitalisasi yang semakin kuat.

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang perlu diakui secara terbuka: rekonstruksi historis sebagian besar bertumpu pada satu informan kunci dan dokumen institusional Gen-FM, sehingga generalisasi terhadap pengalaman seluruh penyiar atau radio anak muda lain di Jakarta perlu dilakukan secara hati-hati. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan informan yang lebih beragam—termasuk penyiar lain, pengelola manajemen, dan pendengar—serta menguji kerangka interaksi parasosial dan polymedia ini pada radio anak muda lain di Jakarta untuk menilai sejauh mana pola yang ditemukan bersifat khas Gen-FM atau berlaku lebih luas pada industri radio swasta di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Mujahid, N. S., & Mitra, M. (2025). Melodi Lama dan Gelombang Baru: Studi Tentang Transisi Generasi Milenial dan Zilenial dari Radio ke Platform Musik Digital, 2(6), 336-347.
- Ardiansyah, L. (2018). Media Sosial Youtube Dalam Menunjang Popularitas Musisi Indonesia. Seminar Nasional Seni dan Desain “Konvergensi Keilmuan Seni Rupa dan Desain Era 4.0”, 301-306.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2017). Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia Survey 2017. *teknopreneur.com*. https://cdn-report.dailysocial.id/Laporan_Survei_APJII_v1_3.pdf
- Aspar, & Anshar, M. (2024). Transformasi Radio Digital: Tinjauan Teknologi, Konten dan Perilaku Khalayak. *Jurnal Mauizoh*, 9(2), 171-180.
- Dhamayanti, M. (2019). Pemanfaatan Media Radio Di Era Digital. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(2), 82-89.
- Djamal, H., & Fachruddin, A. (2022). Dasar-dasar penyiaran: sejarah Organisasi, Operasional, dan Regulasi. Prenada Media.
- Efendi, A. (2020). Perkembangan Pers di Indonesia. Alprin.
- Fakhrana, A. P., Suparman, & Soelistiyowaty, R. R. (2025). Transformasi Digital: Strategy Public Relations Gen FM Dalam Mempertahankan Eksistensi Dan Reputasi Radio Di Era Digital. *Journal of Innovative and Creativity*, 5(2), 5131-5139.
- Gen 98.7 FM Jakarta. (2023). Company Profile 2023. Gen 987 FM. <https://online.fliphtml5.com/hnsrw/hdgc/#p=4>

- Gumala, F. P. D. (2012). Strategi bisnis industri media: studi kasus Radio 987 Gen FM Jakarta. UI Library. <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20303236&lokasi=lokal#>
- Harliantara. (2021). ON AIR to ONLINE: Pengantar Penyiaran Radio. Broadcastmagz Publisher.
- Harliantara. (2025). Peran Strategis Radio Dalam Kegiatan Hubungan Masyarakat Era Digital. Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR), 4(1), 38-53.
- Harliantara, & Rustam, A. (2021). Radio Is Sound Only: Pengantar Dan Prinsip Penyiaran Radio Di Era Digital. Broadcastmagz Publisher.
- Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. *Psychiatry*, 19(3), 215-229.
- Lubis, M. (2016, November). Radio Masih Memiliki Tempat Di Hati Pendengarnya. Nielsen. nielsen.com/news-center/2016/radio-masih-memiliki-tempat-di-hati-pendengarnya/
- Madianou, M., & Miller, D. (2012). Migration and New Media: Transnational Families and Polymedia. Routledge.
- Morissan, M. A. (2018). Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi Ed. Revisi. Kencana.
- Mutiah, D., & Liputan6.com. (2020, Maret). Dukung Isolasi Mandiri, Penyiar Radio Grup Mari Kompak Siaran dari Rumah. Liputan6.com. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4207572/dukung-isolasi-mandiri-penyiar-radio-grup-mari-kompak-siaran-dari-rumah>
- Priambodo, C. G. (2021). Adaptasi Siaran Radio FM Di Masa Pandemi Covid-19. JRKT (Jurnal Rekayasa Komputasi Terapan), 1(1), 23-29.
- Putri, L. D. (2014). MTV, Media dan Format Global Kajian tentang MTV dan Bangunan Kultur Global. *Jurnal Komunikasi*, 2(3), 1-11.
- Rahayu, A. P. (2022, Mei 24). Upaya Stasiun Radio dalam Persaingan Bisnis di Era Digital. jitoe.com. <https://www.jitoe.com/upaya-stasiun-radio-dalam-persaingan-bisnis-di-era-digital/3642/>
- Sadarin. (2024). Manajemen Komunikasi Industri Radio PT Mahaka Radio Integra dalam Mempertahankan Reputasi Setelah Masa Krisis Pandemi. *Journal Syntax Idea*, 6(8), 3753-3763.
- Saputra, A. (2019, Januari 4). Sejarah MTV: Ketika Saluran TV Kabel yang Awalnya Kecil Berkembang dan Mengambil Alih Dunia. [intisari.grid.id. https://intisari.grid.id/read/031360942/](https://intisari.grid.id/read/031360942/)
- Singarimbun, K., & Keliat, C. (2024). Adaptasi Pengelolaan Siaran Radio Prambors dan Gen FM Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 8(1), 065-083. <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp>

- Sulistyarini, D., Oktiani, H., & Suciska, W. (2012). Akses Remaja Terhadap Media Radio Sebagai Sarana Hiburan Dan Informasi Studi pada Remaja di Bandarlampung. Seminar Hasil-Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat- Dies Natalis FISIP Unila Tahun 2012, 129-141.
- Suskarwati, S. U. (2021). Radiomorfosis: Transformasi Radio dalam Komunikasi dan Bisnis. Indigo Media.
- Widyawati, A. (2022, Maret 18). Pertarungan Televisi dan Radio di Era Serba New Media. Lentera.co. <https://lentera.co/blog/item/102996/>