

KOMUNIKASI SIARAN RADIO UNTUK MEMPERTAHANKAN BUDAYA BETAWI DI ERA DIGITAL

Puspa Nirwana & Oktaviana Purnamasari

Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia
puspanirwana26@gmail.com

Abstrak

Persaingan di era digital mendorong radio-radio untuk mencari cara guna mempertahankan keberadaannya agar tetap hidup. Tidak sedikit radio yang akhirnya tumbang dan tidak beroperasi sama sekali. Kenyataannya saat ini mendengarkan radio cukup menggunakan streaming yang mengandalkan akses internet dan melalui aplikasi yang sudah *built in* atau tersedia di *gadget*, bukan lagi melalui bentuk fisik radio yang terkesan tua. Banyak yang memperkirakan radio akan mati di era yang serba digitalisasi seperti saat ini. Tapi faktanya adalah tidak semua radio mati tergerus oleh kecanggihan teknologi yang serba digital, salah satunya Bens Radio yang tetap hidup dengan mempertahankan budaya Betawi. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi komunikasi siaran radio dan menganalisis cara yang digunakan Bens Radio dalam mempertahankan budaya Betawi. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan metode wawancara mendalam. Pemilihan informan secara purposive dengan melibatkan *station manager*, produser, penyiar dan pendengar Bens Radio. Teknik analisis data menggunakan analisis dari Miles dan Huberman yang kemudian diolah dengan menggunakan software NVivo 12 Pro. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa sebuah radio tidak hanya bertugas menyampaikan informasi yang formal maupun informal, tetapi radio berperan juga sebagai pemersatu pendengar dalam hal budaya. Penyiar Bens Radio dalam menjalankan program siarannya menggunakan komunikasi yang mudah diterima dengan menggunakan bahasa Betawi.

Kata Kunci: Komunikasi, Siaran Radio, Budaya Betawi, Era Digital

COMMUNICATING RADIO PROGRAMS TO PRESERVE BETAWI CULTURE IN THE DIGITAL ERA

Abstract

Competition in the digital age encourages radios to look for ways to keep them alive. Not a few radios that eventually collapsed and did not operate at all. The reality is that now listening to the radio is enough to use streaming which relies on internet access and through applications that are already built in or available in the gadget, no longer through the physical form of the radio that seems old. Many predict radio will die in the era of all-digitalisation as it is today. But the fact is that not all radio stations are destroyed by the sophistication of digital technology, one of which is Bens Radio, which is still alive by preserving Betawi culture. This study aims to identify radio broadcast communication and analyze the ways used by Bens Radio in maintaining Betawi culture. This research approach is qualitative using in-depth interview techniques. The selection of informants purposively involved station managers, producers, broadcasters and listeners of Bens Radio. Data analysis techniques using analysis from Miles and Huberman which are then processed using NVivo 12 Pro software. The results of this study state that a radio is not only tasked with conveying information that is formal or informal, but that the radio also acts as a unifying listener in cultural matters. Broadcaster Bens Radio in carrying out its broadcast program uses communication that is easily received using the Betawi language.

Keywords: Radio Broadcast Communication, Betawi Culture, Digital Era

PENDAHULUAN

Perkembangan media komunikasi semakin signifikan dengan kecanggihan teknologi di seluruh dunia. Komunikasi menjadi hal yang fundamental dalam kehidupan manusia. Manusia melakukan interaksi dan bersosialisasi dengan menggunakan komunikasi berupa bahasa ucapan dan penulisan. Komunikasi sudah tidak asing lagi di kalangan makhluk hidup karena tidak hanya manusia yang dapat berinteraksi tetapi makhluk hidup seperti hewan dan tumbuhan juga bisa melakukan interaksi.

Radio merupakan salah satu alat komunikasi yang masih eksis saat ini. Di tengah serbuan era digital, radio masih tetap hidup di zaman milenial. Pemanfaatan radio yang digunakan untuk melestarikan nilai budaya bangsa Indonesia mulai menipis karena pesatnya perkembangan teknologi dan derasnya arus globalisasi di Indonesia. Dalam hal ini media radio menjadi salah satu media yang berperan serta memiliki tugas penting untuk membantu membangun, memperkenalkan dan menyebarkan adanya suatu seni dan budaya lokal yang tercipta pada masyarakat setempat (Purwati 2013).

Perkembangan media yang semakin canggih tentu sangat menguntungkan bagi masyarakat dalam memperoleh informasi. Keberadaan radio konvensional menjadi tanda tanya besar karena ranah digital telah mengubah sebagian besar sisi kehidupan masyarakat. Masyarakat kini lebih sibuk mencari informasi melalui televisi dan media berbasis internet sehingga tidak menganggap radio konvensional sebagai sumber utama informasi. Hasil riset oleh *Broadcasting Board of Governors* dan *Gallup* tahun 2015 mengungkapkan bahwa hanya sebelas persen masyarakat Indonesia yang memperoleh informasi melalui radio

konvensional. Ditambah lagi dengan merebaknya radio *streaming* di tengah masyarakat membawa pengaruh yang kurang menguntungkan bagi radio konvensional yang hanya berbasis pada gelombang *Frequency Modulation (FM)* atau *Amplitude Modulation (AM)*. Hal ini diikuti pula dengan penghapusan fitur radio konvensional pada beberapa perusahaan ponsel yang mengubah produknya menjadi *smartphone* (Warnaen et al. 2017).

Berbagai cara komunikasi dilakukan oleh berbagai pihak perusahaan radio untuk mempertahankan radionya tetap mengudara di tengah serbuan digitalisasi. Sampai dengan tahun ini, Bens Radio masih termasuk dalam lima besar dengan jumlah pendengar terbanyak di wilayah Jabodetabek berdasarkan hasil lembaga survei AC Nielsen. Hasil temuan Nielsen Radio Audience Measurement pada kuartal ketiga tahun 2016 menunjukkan bahwa 57% dari total pendengar radio berasal dari Generasi Z dan Millenials atau para konsumen masa depan. Saat ini 4 dari 10 orang pendengar radio mendengarkan radio melalui perangkat yang lebih personal yaitu *mobile phone*. Bens Radio banyak menggunakan strategi komunikasi di dalamnya guna meraih pendengar sebanyak-banyaknya dengan tetap mengedepankan budaya Betawi sebagai ideologinya. Salah satu strategi yang Bens Radio jalankan pada format siarannya adalah dengan memutar lagu-lagu gambang khas Betawi, kemudian menyuguhkan konten siaran yang syarat akan budaya Betawi dan ini sangat terasa setiap pendengar mendengarkan siarannya para penyiar Bens Radio, lalu program acara khusus seperti *Sohibul Hikayat* yang memang mempunyai nilai lebih dengan mengangkat kisah masyarakat Betawi tempo dulu, yang dikemas secara menarik untuk

diberikan kepada pendengar, kemudian acara Asal Goblek dimana pendengar bisa berinteraksi langsung dengan penyiarinya dengan celetukan-celetukan khas Betawi yang penuh dengan canda tawa khasnya dari Benyamin Suaeb, serta acara yang paling dinantikan seperti program acara Betawi Ceplos-Ceplos yang memang format acaranya mewajibkan pendengar yang berinteraksi dengan penyiarinya baik melalui telepon atau *whatsapp* harus menggunakan pantun Betawi. Bens Radio saat ini memang memainkan format musik dangdut lebih banyak, dengan persentase 30% lagu pop, 40% lagu dangdut dan 30% lagu komunitas, yang dimaksud pada 30% terakhir di lagu komunitas, di dalamnya memainkan mulai dari lagu-lagu gambang Betawi, lagu-lagu khas Benyamin Suaeb, lagu India, lagu-lagu spesial Rhoma Irama, dan lagu-lagu gambus religi. Meskipun persentase pemutaran lagu dangdut lebih banyak yaitu sebesar 40% tetapi ciri khas Bens Radio sebagai radio Betawi tetaplah unggul. Hal ini bisa terlihat dengan mendengarkan langsung dari penggunaan khas bahasa Betawi yang digunakan semua penyiarinya, kemudian pemutaran lagu gambang khas Betawi di setiap pergantian program acara, lalu adanya pemutaran *insert joke* khas Betawi dan *insert* budaya Betawi di setiap jamnya, sampai dengan program acara khusus khas Betawi seperti Sohibil Hikayat dan Asal Goblek yang sudah dijelaskan sebelumnya dan kegiatan *off air* yang mengangkat budaya Betawi. Pada kegiatan *off air* ini, Bens Radio bekerjasama dengan Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan yang memang fokus mengangkat budaya Betawi pada setiap kegiatannya dan masih banyak lagi kegiatan *off air* yang dilakukan Bens Radio dalam mengangkat budaya Betawi. Sampai dengan saat ini, dengan program acara yang tetap mempertahankan budaya Betawi nyatanya Bens Radio masih populer di kalangan Generasi X dan *Baby Boomers* yang merupakan pendengar

dewasa. Selain 41 persen dari Generasi X penikmat musik dangdut juga datang dari Generasi *Baby Boomers* (31%) dan *Silent Generation* (13%). Pada Generasi Z dan Milenials di dapatkan hasil berturut-turut sebesar 49% dan 39% menyukai musik Pop Indo, sedangkan penikmat program musik dangdut masing-masing sebesar 17% dan 33%. (Nielsen n.d.).

Adapun pada penelitian sebelumnya yang meneliti tentang peran Bens Radio dalam melestarikan budaya Betawi, hanya menyoroti dari sisi peran Bens Radio, bukan dari segi mempertahankan budaya Betawi yang dilakukan oleh Bens Radio secara menyeluruh sehingga menjadikan Bens Radio tetap bertahan sampai dengan saat ini (Chandra 2019). Kemudian mengenai radio sebagai alat komunikasi budaya (Wang 2018) yang hanya membahas dari segi komunikasi budayanya saja, bukan caranya mempertahankan budaya melalui siaran radio dan tidak spesifik membahas tentang suatu budaya tertentu yang ada di Indonesia. Kemudian pada penelitian lainnya yang membahas tentang masyarakat, kebudayaan dan politik (Achmad 2015) bukan fokus pada komunikasi radionya dengan mengangkat budaya setempat. Tetapi hanya membahas dari sisi masyarakat, kebudayaan dan politik secara umum. Lalu mengenai identitas etnis Tionghoa Betawi di Jakarta juga pernah diteliti (Knörr 2009). Pada penelitian tersebut membahas secara umum cara komunikasi yang dilakukan etnis Tionghoa Betawi di masyarakat, belum menyentuh secara khusus cara komunikasi etnis Betawi yang kemudian diangkat ke sebuah media seperti radio misalnya. Selain itu juga terdapat penelitian mengenai pemanfaatan media dalam melestarikan budaya lokal di Radio Duta Nusantara (Purwati 2013). Pada penelitian tersebut memang sudah fokus pada komunikasi radio yang konten siarannya mengangkat budaya setempat. Tapi budaya yang diangkat bukanlah

budaya Betawi melainkan budaya dangdutan di Ponorogo, Jawa Timur. Dari berbagai jurnal baik dalam maupun luar negeri, masih sedikit yang meneliti tentang mempertahankan budaya Betawi di era digital. Permasalahan ini menjadi menarik untuk diteliti, sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi komunikasi siaran Bens Radio dan menganalisis cara-cara yang digunakan Bens Radio dalam mempertahankan budaya Betawi.

METODE

Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan metode wawancara mendalam. Pemilihan informan secara purposif dengan melibatkan *station manager*, produser, penyiar dan pendengar Bens Radio. Teknik analisis data menggunakan analisis dari Miles dan Huberman yang kemudian diolah dengan menggunakan software NVivo 12 Plus.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Wawancara dilakukan dilakukan kepada *station manager*, penyiar, produser acara dan pendengar Bens Radio, bertempat di Jalan Tarumanegara No.45 Pisangan Ciputat, Tangerang Selatan tempat peneliti melakukan wawancara kepada informan. Pada level ini peneliti memosisikan diri sebagai pengamat (*observer*) sekaligus partisipan. Fokus data yang dikumpulkan tidak sekedar melihat tampilan yang ada di media radio, tetapi juga mengamati cara komunikasi para penyiar Bens Radio dalam bersiaran dengan menggunakan bahasa Betawi dalam menyampaikan informasi kepada pendengarnya.

Analisis data yang digunakan peneliti adalah *Analysis Interactive Model* dari Miles dan Huberman, yang membagi langkah-langkah dalam kegiatan analisis data dengan beberapa

bagian yaitu pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (*conclutions*). (Miles 2007)

Penelitian ini menggunakan media radio sebagai tolak ukur mengetahui komunikasi siaran Bens Radio dalam mempertahankan budaya Betawi di era digitalisasi. Banyak hal yang harus diteliti lebih dalam salah satunya adalah mengenai komunikasi yang dilakukan penyiar Bens Radio dalam menjalankan program siarannya dengan mengedepankan budaya Betawi.

Menggunakan 6 (enam) informan yang terdiri dari penyiar, produser acara dan *station manager*, peneliti mendalami wawancara dengan penyiar, produser acara dan *station manager*. Hasil penelitian dalam bentuk *files* dan *coding* diolah dengan menggunakan aplikasi NVivo 12 Plus dalam sebuah tabel berikut;

Tabel 1. Informan Penyiar, Produser Acara dan *Station Manager*

No	Informan	Code	Referenc	Classificati
1	Penyiar dan Produser	15	25	AO
2	Penyiar	17	30	AT
3	Penyiar	15	25	FB
4	Penyiar	16	26	IDP
5	<i>Station Manager</i>	8	10	MS
6	Penyiar	17	27	OB

Pada tabel diatas menunjukkan jumlah *reference* terbanyak dihasilkan oleh informan AT yang berprofesi sebagai penyiar *prime time* yaitu

sebanyak 30 *reference* dengan 17 *codes*. Dan jumlah *reference* yang paling sedikit dihasilkan oleh informan MS yang berprofesi sebagai *station manager* yaitu 10 *reference* dan 8 *codes*. Hal ini menunjukkan bahwa keterangan yang diberikan AT lebih banyak dan berkorelasi dengan tema yang dibahas yaitu mengenai cara komunikasi yang dilakukan penyiar Bens Radio dalam menjalankan program siaran dengan menggunakan bahasa Betawi. Komunikasi yang digunakan para penyiar Bens Radio dilakukan dengan dua cara yaitu komunikasi satu arah dan komunikasi dua arah. Komunikasi satu arah adalah komunikasi yang disampaikan oleh penyiar berupa pesan atau materi siaran yang telah dipersiapkan sebelumnya kepada pendengarnya yang bersifat himbuan atau pemberitahuan. Jadi pada komunikasi satu arah ini tidak diperlukan timbal balik atau respon dari pendengar. Dimana dalam mendapatkan materi siarannya penyiar dapat mencari di media online. Pada kegiatan siarannya, penyiar juga dibantu oleh *station manager*, program *director*, produser, *music director*, teknisi, operator, produksi, marketing, *traffic*, *finance*, tim *off air (event)* dan tim *on line (social media)*. Semuanya harus berintegrasi dengan baik, agar tercipta siaran yang baik juga.

Menggunakan aplikasi NVivo 12 Plus berikut *word cloud* (awan kata) yang muncul dari *coding* yaitu kata “penyiar”. Penyiar adalah orang yang menyampaikan pesan siarannya kepada pendengar, berupa informasi berita, olahraga, hiburan, religi, *entertainment* dan sebagainya dalam bentuk yang ringan dan menghibur. Pada penelitian ini peneliti mewawancarai 5 (lima) orang penyiar Bens Radio untuk memberikan keterangan yang peneliti inginkan. Mereka adalah OB, IDP, AT, FB, AO dan keterangan dari mereka jika di *coding* akan muncul di *word cloud* (awan kata) seperti berikut;



Gambar 1. Awan kata dari *coding* penyiar

Pada gambar 1 (satu) awan kata memunculkan kata yang paling banyak diperbincangkan oleh para penyiar adalah kata “siaran”, kemudian disusul kata “pendengar”, lalu “materi”, “acara” dan “Betawi”. Dari kata-kata yang paling banyak muncul pada awan kata, dapat disimpulkan bahwa para penyiar melakukan kegiatan siarannya tidak pernah lepas dari sebuah materi siaran yang telah dipersiapkan, untuk disampaikan kepada pendengarnya dalam sebuah program acara yang disampaikan menggunakan bahasa Betawi.

Penyiar bisa dikatakan sebagai ujung tombak dari sebuah perusahaan radio seperti Bens Radio. Karena dengan adanya penyiar tentunya bisa menghasilkan banyak hal, mulai dari *positioning* suatu radio, kemudian mendapatkan jumlah pendengar yang banyak, lalu mencerminkan *branding* dari sebuah perusahaan tersebut, dan yang pasti mendatangkan pemasang iklan sesuai dengan apa yang diinginkan.

Selanjutnya yang muncul dalam awan kata berikutnya adalah “Betawi” meski tidak mendominasi dengan ukuran huruf yang besar, tetapi sangat mempengaruhi dalam komunikasi penyiar Bens Radio. Kata “Betawi” yang dimaksud pada awan kata tersebut mempunyai arti yaitu sebuah suku bangsa di Indonesia yang umumnya bertempat tinggal di Jakarta dan

dari acara yang bertemakan religi, kemudian komedi, memutarakan special lagu-lagu Benyamin Suaeb, lagu-lagu dangdut, India sampai mengangkat cerita Betawi tempo dulu yang dikemas dalam sebuah program acara yang bernama Sohibil Hikayat.

PROGRAM SIARAN
Berlaku mulai: 20 Januari 2020

WAKTU	SIARAN	SEKSI	RAMU	REVISI	JURAT	SABTU	MINIBLOK
05.00 - 06.00				Sound Of Radio - Playlist			
06.00 - 07.00				KOMI BETAWI			DANGDUT ASIA
07.00 - 08.00							
08.00 - 09.00				ING & ONI			
09.00 - 10.00							
10.00 - 11.00				BEKAS			
11.00 - 12.00				PlayList - Pop Indonesia			PlayList - Dangdut Hits
12.00 - 13.00							
13.00 - 14.00				BETAWI CERIAS CEPAS			
14.00 - 15.00				PlayList - Dangdut Hits			
15.00 - 16.00							
16.00 - 17.00				BETAWI TALEN			SORE ASIA
17.00 - 18.00							
18.00 - 19.00	PUSPA	ARIYA	PUSPA	ARIYA	PUSPA & ARIYA		Play List - Pop Indonesia
19.00 - 20.00							
20.00 - 21.00	BOLLYWOOD	INAYAN TALKS	COMEDY BETAWI	SORBUK BIKAYAT	ADAL GOSLEK		DANGDUT ASIA
21.00 - 22.00	Play List - Lagu Indo	Play List - Lagu Jawa Kls	Play List - Dangdut Hits	Play List - Dangdut Hits	Play List - Dangdut Hits		PlayList - Dangdut All
22.00 - 23.00							
23.00 - 24.00							

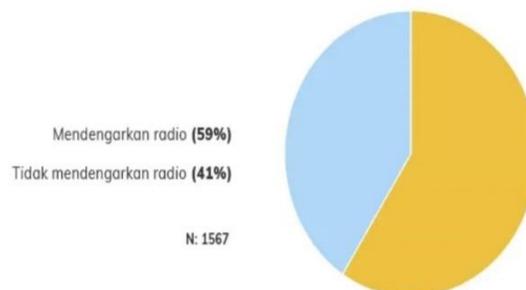
Januari 2020
Muhamad Subuh
Station Manager

Gambar 3. Program Siaran Bens Radio

Penyiar sendiri bertanggung jawab atas berjalannya sebuah *show* atau selama berlangsungnya siaran dari program acara yang dibawakan. Penyiar-penyiar yang ada di Bens Radio semuanya memiliki kemampuan yang berbeda-beda dalam membawakan sebuah program acara. Tetapi satu hal yang pasti, mereka semua para penyiar Bens Radio semuanya mengedepankan budaya Betawi dalam setiap siaran yang mereka bawakan. Salah satu yang mudah terlihat adalah dengan menggunakan bahasa Betawi dalam komunikasi siarannya. Penyiar Bens Radio harus memperhatikan banyak hal guna menunjang *show* siarannya. Mulai dari *station manager*, program *director*, produser, *music director*, teknisi, operator, produksi, marketing, *traffic*, *finance*, tim *off air (event)* dan tim *on line (social media)*. Semuanya harus berintegrasi dengan baik, agar tercipta siaran yang baik juga.

Selanjutnya berdasarkan survei JAKPAT pada 26 Januari 2019, ada sebanyak 59% responden yang masih jadi pendengar

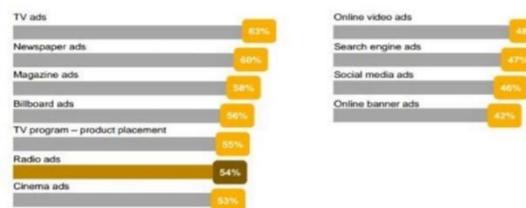
radio. Itu artinya, radio masih memiliki tempat di hati masyarakat. (Jakpat, 2019)



Gambar 4. Diagram Pendengar Radio Survei JAKPAT 2019

Sedangkan menurut data dari www.mix.co.id pada September 2017 menyebutkan bahwa konsumen lebih percaya radio untuk tempat memasang iklan daripada bioskop dan media online.

MORE THAN HALF OF CONSUMERS TRUST ADS IN RADIO, HIGHER THAN CINEMA AND DIGITAL ADS



Gambar 5. Grafik Tingkat Kepercayaan Konsumen Memasang Iklan di Radio 2017

Dilanjutkan pada penetrasi media hasil survei Nielsen Indonesia 2017 memberikan hasil bahwa pendengar radio masih ada, dan menduduki peringkat keempat pada survei ini yang mencapai 37%, kemudian internet 44%, media luar ruang 53% dan di peringkat teratas adalah televisi 96% seperti yang dikutip dari www.beritasatu.tv.



Gambar 6. Survei Nielsen Indonesia Mengenai Penetrasi Media 2017

Jadi bisa dikatakan bahwa masih ada yang mendengarkan radio di zaman digital saat ini. Terbukti dari beberapa survei yang ada, radio masih ada dalam posisi 5 (lima) besar bisnis media di Indonesia.

SIMPULAN

Komunikasi yang dilakukan penyiar Bens Radio dalam menjalankan program siarannya menggunakan bahasa Betawi sebagai alat komunikasinya. Komunikasi siaran yang dilakukan oleh penyiar Bens Radio harus memperhatikan banyak hal guna menunjang *show* sebuah siaran. Mulai dari *station manager*, program *director*, produser, *music director*, teknisi, operator, produksi, marketing, *traffic*, *finance*, tim *off air (event)* dan tim *on line (social media)*. Semuanya harus berintegrasi dengan baik, agar tercipta siaran yang baik juga.

Bens Radio sampai dengan tahun 2020 menduduki peringkat 5 besar untuk jumlah pendengar radio terbanyak di Jabodetabek. Bens Radio yang memiliki keunikan tersendiri diantara radio-radio besar lainnya yang ada di Jakarta saat ini, dengan mengedepankan budaya Betawi sebagai *positioningnya*. Hal ini terlihat dengan penggunaan bahasa Betawi yang digunakan oleh para penyiar Bens Radio dalam berkomunikasi dengan pendengarnya, kemudian program acara yang dihadirkan Bens Radio untuk pendengarnya, sampai dengan ciri khas

Betawi yang bisa terdengar dari *jingle*, *insert joke*, *insert budaya*, sandiwara Betawi, serta konten-konten siaran yang semuanya mengangkat budaya Betawi serta celetukan khas Betawi yang digunakan oleh para penyiar Bens Radio.

Terkait perkembangan zaman saat ini yang serba digital, Bens Radio terus berinovasi dalam siarannya dengan tetap berpegang teguh pada budaya Betawi dalam komunikasi siarannya. Mulai dari radio *streaming*, penggunaan radio aplikasi, konten siaran yang dihadirkan pada website sampai penggunaan *social media* seperti Instagram, Facebook, Twitter maupun YouTube digunakan Bens Radio. Dapat disimpulkan bahwa komunikasi siaran radio dengan mengangkat budaya Betawi yang didukung dengan penggunaan media digital yang tepat menjadi salah satu sarana sebuah radio mampu bertahan di era digitalisasi. Hal ini menjadi bukti dari beberapa survei yang ada, bahwa radio masih menjadi bisnis yang menjanjikan di era digital saat ini seperti hasil survei Nielsen Indonesia Mengenai Penetrasi Media 2017.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Zainal Abidin, and Rachmah Ida. (2015). "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): 240–50. <http://dx.doi.org/10.20473/mkp.V32I32019.240-250>
- Bungin, Burhan. (2008). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Jakpat, A. (2019). (JAKPAT) Retrieved from www.jakpat.net.
- Knörr, Jacqueline. (2009). "Free the Dragon versus 'Becoming Betawi': Chinese

- Identity in Contemporary Jakarta.” *Asian Ethnicity* 10(1): 71–90.
- Kunci, Kata. (2019). “Pola-Pola Komunikasi Dalam Kebudayaan Digital.” *Jurnal Sosioteknologi* 18(1): 74–90.
- Miles, Matthew B. and A. Michael Huberman. (2007). *Qualitative Data Analysis (Terjemahan)*. Jakarta: UI Press.
- Morissan. (2011). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio Dan Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Deddy. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nielsen. “Radio Masih Memiliki Tempat Di Hati Pendengarnya.” *Nielsen*. www.nielsen.com
- Purwati, Eli. (2013). Pemanfaatan Media Dalam Melestarikan Budaya Lokal (Studi Fenomenologi Pada Masyarakat
- Warnaen, Andi et al. 2017. Metode Komunikasi Penyuluhan Pertanian Melalui Radio Komunitas Communication Method of Agricultural Extension Through Community Radio. *Jurnal Ilmu Kabupaten Ponorogo Dalam Program Acara Dangdut Ponorogan Di Radio Duta Nusantara*). *Jurnal Unmuh Ponorogo*, Vol 1, No 2 (2013), Doi: 10.24269/ars.v1i2.26
- Shaputra Chandra, Amin Aminudin. (2019). Peran Bens Radio Dalam Melestarikan Budaya Betawi Pada Program Begaya. *Jurnalisa: Jurnal Jurusan Jurnalistik*, Vol 5, No 2 (2019), <https://doi.org/10.24252/jurnalisa.v5i2.10311>
- Wang, Xiaojue. (2018). Radio Culture in Cold War Hong Kong. *Taylor and Francis Online*. *International Journal of Postcolonial Studies*, Volume 20, 2018 - Issue 8. <https://doi.org/10.1080/1369801X.2018.1460218>
- Komunikasi Volume 8, Nomor 1, Juni 2017, hlm 17-24 Community.