

**STRATEGI KONVERGENSI RADIO BOGOR DALAM UPAYA
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI ERA
DIGITALISASI**

(STUDI KASUS RADIO KISI 93.4 FM DAN ELPAS 94.1 FM)

SKRIPSI

SITI NURUL LATIFAH

044120007



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN**

BOGOR

JULI 2024

**STRATEGI KONVGENSINI RADIO BOGOR DALAM UPAYA
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI ERA DIGITALISASI
(STUDI KASUS RADIO KISI 93.4 FM DAN ELPAS 94.1 FM)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada Program
Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan

SITI NURUL LATIFAH

044120007



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
JULI 2024**

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi adalah Strategi Konvergensi Radio Bogor Dalam Upaya Mempertahankan Eksistensinya di era Digitalisasi, benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di akhir skripsi ini.

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui dan memberikan kepada Universitas Pakuan Hak Bebas Royalti Non eksklusif (Non- exclusive Royalty Free Right) karya ilmiah ini. Dengan Hak bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Pakuan berhak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalihkan format, mengolah dalam bentuk pangkalan data (data base), merawat, mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak. Dengan ini melimpahkan hak cipta karya tulis saya ini kepada Universitas Pakuan Bogor.

Bogor, 27 Juli 2024

Siti Nurul Latifah

044120007

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

Skripsi berjudul Strategi Konvergensi Radio Bogor Dalam Upaya Mempertahankan Eksistensinya di era Digitalisasi. ini adalah hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiarisme. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Bila terbukti bahwa sebagian atau seluruh isi skripsi ini merupakan hasil plagiarisme, maka Universitas Pakuan berhak membatalkan isi skripsi yang telah saya tulis dan saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Pakuan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sehat dan sadar tanpa tekanan atau paksaan dari pihak mana pun

Bogor, 27 Juli 2024
Yang menyatakan

Siti Nurul Latifah
NPM 044120007

HALAMAN PENGESAHAN

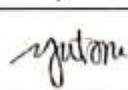
Skripsi yang disusun oleh :

Nama Mahasiswa : Siti Nurul Latifah
NPM : 044120007
Judul : Strategi Konvergensi Radio Bogor Dalam Upaya
Mempertahankan Eksistensinya di Era Digitalisasi
(Studi Kasus Radio Kisi 93.4 FM dan Elpas 94.1 FM)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan.

Ditetapkan di : Bogor
Tanggal : 27 Juli 2024

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang	Dr. Henny Suharyati, M.Si. NIP : 196006071990092001	
Pembimbing 1/ Penguji 1	Ahsani Taqwin Aminuddin, M.I.Kom. NIK : 1.1404 21 923	
Pembimbing 2/ Penguji 2	Dr. Feri Ferdinan Alamsyah, M.I.Kom. NIK: 1.0614025629	
Penguji Utama	Intan Tri Kusumaningtias, M.I.Kom. NIK: 1.0616 049 761	

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Budaya



Dr. Henny Suharyati, M.Si.
NIP : 196006071990092001

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn.
NIK : 1.0113 001 607

PRAKATA

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Penelitian skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan.

Penelitian pada skripsi ini berjudul “Strategi konvergensi radio bogor dalam upaya mempertahankan eksistensinya di era Digitalisasi (Studi kasus radio kisi 93.4 fm dan elpas 94.1 fm) Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif berdasarkan sumber dan data

Bogor, 27 Juli 2024

Siti Nurul latifah

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Henny Suharyati, M.Si., Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya.
2. Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn., Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Ahsani Taqwim Aminuddin, M.I.Kom selaku dosen pembimbing I yang telah membantu dan membimbing peneliti dalam mengerjakan skripsi ini hingga dapat selesai sampai saat ini.
4. Dr. Feri Ferdinan Alamsyah, M.I.Kom selaku dosen pembimbing II yang telah yang telah membantu dan membimbing peneliti dalam mengerjakan skripsi ini hingga dapat selesai sampai saat ini.
5. Seluruh Dosen Pengajar, Staff, dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan
6. Djasroni selaku ayanda tercinta yang selalu memberi semangat, dukungan,Memotivasi dan tak pernah lelah untuk selalu mendo'akan demi kelancaran Proses kuliah dari awal masuk hingga sampai penyusun seminar Proposal
7. Ari Puji Hastuti selaku kakak tersayang yang selalu mendo'akan,menyemangati,Memotivasi serta memberikan bantuan dukungan baik material maupun moral Sehingga bias sampai pada posisi sekarang.
8. Keluarga besar peneliti yang memberikan bantuan dukungan material dan moral; Dan moral dan doa yang tak pernah putus
9. Sahabat peneliti Nabila Luthfianti dan Haniyyah, yang banyak membantu,Saling menyemangati, dan selalu menemani peneliti sedari semester satu hingga Pada proses skripsi.

Akhir kata, peneliti berharap Allah SWT senantiasa membalas segala kebaikan kepada semua pihak yang telah membantu dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu yang diterapkan.

BIODATA

Nama : Siti Nurul Latifah
NPM : 044120007
Tempat dan tanggal lahir : Bogor, 10 Agustus 2000
Nomor Telepon : 087724024231
Surel : latifah.sitinurul1080@gmail.com
Alamat : Jalan niman Rt 02 Rw 01 Keluaran Kalibaru
Kecamatan Cilodong, Kota Depok.
Riwayat Pendidikan Formal : SDN Kalibaru 03 Depok
SMP 6 Depok
SMA 8 Depok
Prestasi : (-)
Pengalaman Organisasi : (-)

ABSTRAK

Siti Nurul Latifah. 04412007, 2024. Strategi Konvergensi Media Radio Bogor Dalam Upaya Mempertahankan Eksistensinya di era Digitalisasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor, Di bawah Bimbingan **Ahsani Taqwim Aminuddin, M.I.Kom.** dan **Dr. Feri Ferdinan Alamsyah, M.I.Kom.**

Konvergensi media saat ini menjadi upaya pilihan yang banyak diterapkan oleh media konvensional seperti radio, salah satunya radio di bogor yaitu kisi 94.3 fm dan elpas 94.1 fm . Hal ini terlihat dari disediakannya platform online seperti media sosial dan radio streaming. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi konvergensi yang dilakukan oleh radio kisi fm dan elpas dalam menghadapi di era digitalisasi

Penelitian deskriptif kualitatif ini menggunakan pendekatan studi kasus instrumental tunggal, dimana peneliti mengidentifikasi dan menganalisis satu isu spesifik. Data diperoleh dari hasil wawancara dengan narasumber, buku, artikel, serta literatur terkait lainnya. Dengan menggunakan konsep konvergensi media dari Henry Jenkins. penelitian ini menunjukkan bahwa radio kisi fm dan elpas mengadopsi empat tipe konvergensi media yang berkaitan satu sama lain: a) konvergensi teknologi dengan mengelola media online website streaming radio kisi fm dan elpas dan hadir di media sosial seperti Instagram, Twitter dan Facebook; b) konvergensi konten yang mengombinasikan bentuk tulisan, foto dan video; c) konvergensi bisnis, dimana keterhubungan tanpa batas di Internet menambah mitra bisnis (pengiklan) , tapi serta d) konvergensi profesional dengan cara mempersiapkan SDM yang mampu memproduksi dan mendistribusikan berbagai macam konten yang dibutuhkan berdasarkan platformnya. Sayangnya, penerapan konvergensi media di radio Kisi FM dan ELpas mengalami hambatan berupa kurangnya SDM , sehingga pengelolaan website menjadi sangat tidak maksimal.

Kata Kunci: Di era Digitalisasi , Radio ,Strategi Konvergensi

ABSTRACT

Siti Nurul Latifah. 04412007, 2024. Bogor Radio Media Convergence Strategy in an Effort to Maintain Its Existence in the Digitalization Era. Faculty of Social and Cultural Sciences, Communication Studies Program, Pakuan University Bogor, Under the Guidance of Ahsani Taqwim Aminuddin, M.I.Kom. and Dr. Feri Ferdinan Alamsyah, M.I.Kom.

Media convergence is currently the preferred effort that is widely implemented by conventional media such as radio, one of which is radio in Bogor, namely Kisi 94.3 FM and Elpas 94.1 FM. This can be seen from the provision of online platforms such as social media and streaming radio. The purpose of this research is to find out how the convergence strategy implemented by Radio Kisi Fm and Elpas is in facing the era of digitalization.

This qualitative descriptive research uses a single instrumental case study approach, where the researcher identifies and analyzes one specific issue. Data was obtained from interviews with sources, books, articles and other related literature. By using the concept of media convergence from Henry Jenkins. This research shows that Radio Grit FM and Elpas adopt four types of media convergence that are related to each other: a) technological convergence by managing online media on the Radio Grid FM and Elpas streaming website and being present on social media such as Instagram, Twitter and Facebook; b) content convergence that combines writing, photos and videos; c) business convergence, where unlimited connectivity on the Internet adds business partners (advertisers), but also d) professional convergence by preparing human resources who are capable of producing and distributing various types of content needed based on the platform. Unfortunately, the implementation of media convergence on Kisi FM radio and ELpas experienced obstacles in the form of a lack of human resources, so that website management was very suboptimal.

Keywords: In the era of digitalization, radio, convergence strategy

DAFTAR ISI

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
PRAKATA.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
BIODATA.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Komunikasi	12
2.1.1 Efek Komunikasi.....	13
2.1.2 Fungsi Komunikasi	14
2.2 Komunikasi Massa	14
2.2.1 Ciri-Ciri Komunikasi Massa	15
2.3 Media Massa.....	15
2.3.1 Karakteristik Media Massa	16
2.3.2 Fungsi Media Massa	16
2.3.3 Jenis - jenis Media Massa.....	17
2.4 Radio.....	17
2.4.1 Jenis- jenis Radio	21
2.4.2 Karakteristik Radio	21

2.4.3 Segmentasi Radio.....	22
2.4.4 Kelebihan dan Kekurangan radio.....	22
2.4.5 Sifat Pendengar Radio.....	23
2.5 Konvergensi Media Massa	24
2.5.1 Strategi Konvergensi Media.....	25
2.5.2 Jenis Konvergensi Media	25
2.6 Eksistensi Di Era Digital	26
2.7 Digitalisasi Media massa.....	27
2.8 Penelitian Terdahulu	28
2.9 Alur Berfikir.....	30
2.10 Definisi Konsep	31
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Desain Penelitian	34
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	34
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	34
3.3.1 Subjek Penelitian.....	34
3.3.2 Objek Penelitian.....	35
3.4 Jenis dan Sumber Data	35
3.4.1 Data Primer	35
3.4.2 Data Sekunder	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data	36
3.5.1 Observasi.....	36
3.5.2 Wawancara Mendalam.....	36
3.5.3 Dokumentasi	36
3.6 Validasi dan Teknik Keabsahan Data.....	37
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambar Umum Radio KISI FM 93.4 FM	39
4.1.1 Logo Radio Kisi 93.4 FM Dan Elpas 94.1 Fm.....	41
4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Kisi FM Bogor dan Elpas.....	42
4.1.3 Kegiatan Operasional Perusahaan Radio Kisi FM dan Elpas	43
4.1.4 Struktur Organisasi dan Deskripsi Pembagian Kerja Radio KISI FM Dan Elpas	44
4.1.5 Program siaran Radio Kisi 93.4 Fm Dan Radio 94.1 Fm	48
4.2 Hasil dan Pembahasan.....	49

4.2.1 Strategi Konvergensi Radio Kisi Fm dan Elpas Dalam Upaya Mempertahankan Eksistensinya Di era Digitalisasi.....	49
4.2.2 Pemanfaatan Teknologi KISI FM Dan Elpas.....	50
4.2.3 Variasi Konten Radio Kisi 93.4 FM dan Elpas 94.1 FM.....	57
4.2.4 Model Bisnis Radio Kisi 93.4 fm dan Elpas 94.1 FM.....	66
4.2.5 Manajemen Kerja KISI FM dan Elpas.....	73
4.3 Triangulasi.....	80
BAB 5 PENUTUP.....	89
5.1 KESIMPULAN.....	89
5.2 SARAN.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pendengar Radio KISI FM Melalui Website Streaming	5
Tabel 4. 1 Profile Elpas FM	40
Tabel 4. 2 Deskripsi Tugas dan Tanggung Jawab Karyawan Radio Elpas.....	46
Tabel 4. 3 Program Siaran Radio Elpas 94.1 FM	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Web Streaming.....	4
Gambar 1. 2 Media Sosial.....	6
Gambar 1. 3 Data Media yang sering diakses pada tahun 2024	9
Gambar 4. 1 Logo KISI 93.4 FM.....	41
Gambar 4. 2 Logo Radio Elpas FM	42
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi Radio KISI 93.4 FM	44
Gambar 4. 4 Struktur Organisasi Radio Elpas FM	46
Gambar 4. 5 Flyer berita, Flyer Program KISI fm dan flayer Talkhow Narasumber	58
Gambar 4. 6 Konten Reels Kegiatan Penyiar Saat siaran	59
Gambar 4. 7 Flayer Narasumber Talkshow	63
Gambar 4. 8 Konten Bersama Narasumber.....	65
Gambar 4. 9 Edomenent Kopi.....	68
Gambar 4. 10 Flayer Produk Wings dan Iklan Kesehatan	70
Gambar 4. 11 Flayer Profram Family 100 & Take Me Out dan Flayer Film	71
Gambar 4. 12 Bagan Manajamen Kerja Radio KISI fm	75
Gambar 4. 13 Bagan Manajamen Kerja Radio Elpas	79
Gambar 4. 14 Konten Seputar	84
Gambar 4. 15 Iklan Seputar Kabupaten Bogor	86

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan radio dari masa ke masa merupakan salah satu penemuan yang revolusioner dalam sejarah komunikasi manusia. Awalnya, gelombang radio ditemukan oleh Heinrich Hertz pada tahun 1887, yang menunjukkan keberadaan gelombang elektromagnetik. Kemudian, Guglielmo Marconi mengembangkan sistem komunikasi nirkabel pertama pada 1895 dan berhasil menerima sinyal radio pertama kalinya pada 1901. Tanggal sejarah lainnya tercatat ketika siaran radio suara pertama kali dilakukan pada 1906 dan siaran reguler pertama kali dilakukan pada 1920 oleh KDKA di *Pittsburgh, Amerika Serikat*. Memasuki era 1920-an hingga 1940-an, radio menjadi hiburan utama bagi masyarakat dengan munculnya banyak stasiun radio komersial. Acara radio seperti sandiwara, musik, berita, dan olahraga menjadi sangat populer. Teknologi radio pun terus berkembang, salah satunya dengan penemuan radio transistor pada 1947 yang membuat radio menjadi lebih portabel.

Pada tahun 1950-an hingga 1970-an, radio FM (*Frequency Modulation*) diperkenalkan, memberikan kualitas suara yang lebih baik. Radio transistor portabel juga semakin populer, memungkinkan pendengar untuk menikmati radio di mana saja. Perkembangan radio terus berlanjut dengan masuknya era digital pada 1980-an hingga sekarang.

Teknologi digital mulai diterapkan pada radio, seperti radio satelit dan radio internet. Radio dapat dinikmati melalui berbagai platform seperti telepon seluler, komputer, dan perangkat portabel lainnya. Munculnya streaming radio online juga memungkinkan akses ke stasiun radio dari seluruh dunia. Hingga saat ini, radio terus berkembang dengan teknologi baru seperti radio hibrid, radio HD, dan radio berbasis aplikasi. Meskipun menghadapi persaingan dari *platform* media lainnya, radio masih menjadi sumber informasi dan hiburan yang populer. Konten radio semakin beragam, mencakup berbagai genre musik, berita, olahraga, dan program khusus lainnya. Perkembangan radio terus berlanjut seiring dengan kemajuan teknologi, namun perannya sebagai media informasi dan hiburan.

Komunikasi massa yang sifatnya hanya bisa didengar saja. Radio memiliki kemampuan untuk menstimulasi imajinasi pendengar dan fleksibilitasnya dalam penyajian informasi dengan beragam bentuk sajian.

Radio memiliki beberapa keunggulan agar tetap eksis di era Digitalisasi berikut ini beberapa radio di bogor yang mempertahankan eksistensi :

1. KISI 93.4 FM Bogor kini telah berusia 36 tahun (Sejak berdiri tahun 1984) dan sejak mulai mengudara di gelombang FM hingga kini tetap konsisten mempertahankan dan terus membangun brand nya sebagai radio untuk anak muda Bogor dan sekitarnya, tanpa pernah sekalipun berubah format. Sejak tahun 2010 lalu KISI 93.4 FM memposisikan dirinya sebagai “Bogor’s #1 *Hit Music Station*” dan juga menyiarkan acara *American Top 40 with Ryan Seacrest*. Hak cipta logo KISI 93.4 FM pun kini sudah terdaftar secara resmi. radio ini Memiliki 3 program unggulan adalah *Bogor In The Morning*, *Afternoon Delight* dan *Music By Request*.

2. Radio ELPAS 94,1 FM merupakan salah satu lembaga penyiaran radio yang dikelola oleh lembaga swasta bernama PT. Radio Swara Irama Kusumasena. Radio ini telah berdiri sejak tahun 1971, yang artinya telah mengudara menghibur para pendengar setia radio selama 52 tahun. Radio ELPAS 94,1 FM merupakan salah satu radio favorit serta kebanggaan warga Bogor, terlihat dengan tagline yang digunakan oleh stasiun radio tersebut yaitu “Radionya Orang Bogor!”, radio ini memiliki dua jenis program yaitu program weekday dan program weekend. Program siaran yang tayang di weekday adalah Mutiara Hati, PAS Pagi, Asoy Geboy, Tatali Asih, 14:17, Zona Nyaman, dan Goyang Senggol. Sedangkan untuk program siaran weekend adalah PAS Pagi, Dangdut Fresh, Music Hits, Dangdut Weekend, dan Refresh (ELPAS FM, 2023).

Kisi fm dan elpas telah mengudara untuk menyebarkan berbagai informasi yang terjadi di masyarakat. kisi fm dan elpas juga memanfaatkan berbagai media sebagai bentuk konvergensi untuk mempertahankan eksistensinya.

Alasan Peneliti memilih kota bogor karena kota yang paling cenderung menurun mendengarkan radio, Berdasarkan data dari Nielsen, jumlah pendengar radio di Bogor mengalami penurunan dari tahun 2019 hingga 2021. Pada tahun 2019, jumlah pendengar radio di Bogor mencapai 41 persen dari total populasi. Namun, pada tahun 2020, jumlah tersebut turun menjadi 37 persen. Dan pada tahun 2021, jumlah pendengar radio di Bogor kembali turun menjadi 34 persen.

Alasan penelitian memilih radio kisi fm dan elpas karna jumlah pendengarnya mengalami penurunan setiap harinya, Pada hasil wawancara pengamat menyatakan bahwa radio kisi fm mengalami penurunan jumlah pendengar pada seharusnya terdapat 21 pendengar sedangkan elpas memiliki 9 pendengar yang disiarkan secara streaming dengan begitu radio kisi fm dan elpas harus melakukan strategi konvergensi media pada radio tersebut, serta memperkuat pada media nya sehingga dapat membantu radio kisi dan elpas dalam meningkat jumlah pendengar melalui konvergenis media.

Menurut Henry Jenkins dalam jurnal (Tyas, 2019) menyebutkan bahwa konvergensi media aliran konten yang dipublikasikan di beberapa platform, kerjasama industri, dengan media dan kegiatan migrasi media. Konvergensi media lebih dari sekadar pergeseran teknologi. Konvergensi mengubah hubungan antara teknologi, industri, pasar, genre, dan audiens yang ada. Dengan hadirnya media baru, media lama dipaksa untuk mampu hidup berdampingan dengan media baru. Keberadaan media lama tidak akan tergeser namun fungsi dan statusnya akan digeser oleh teknologi baru. Konvergensi merupakan cara untuk memahami perubahan media yang terjadi pada era digital,

Konvergensi media secara umum diartikan sebagai proses penggabungan banyak platform media menjadi satu titik jaringan yang terintegrasi. Teoritikus Henry Jenkins mendefinisikan konvergensi media sebagai proses penyatuan yang terus menerus terjadi diantara berbagai bagian media, seperti teknologi, industri, konten, dan khalayak. Kehadiran konvergensi media berpengaruh pada perubahan proses produksi dalam sebuah media, yang mana terjadi suatu proses kerjasama untuk mengelola dan

menyatukan beberapa platform tersebut agar tercipta suatu sistem yang terintegrasi secara digital. Namun tak hanya itu, konvergensi media juga turut merubah konsumsi media masyarakat, penyebaran informasi, hingga literasi media.

Bagi media konvensional seperti televisi, radio, dan surat kabar, konvergensi media menjadi suatu hal penting yang perlu diterapkan, mengingat saat ini masyarakat sudah beralih ke kehidupan yang serba digital. Selain itu, hadirnya internet menjadi faktor kuat yang mendorong terjadinya konvergensi media. Hal ini lantaran konvergensi media merupakan bentuk perkembangan media yang melibatkan banyak faktor teknologi didalamnya. Dengan adanya internet, segala bentuk platform media yang sebelumnya terpisah-pisah, baik cetak maupun elektronik dapat disatukan dalam sebuah platform media bersama. Khalayak atau konsumen media bisa dengan mudah memilih media mana yang ingin dikonsumsi hanya dengan membuka satu platform yang sudah dikonvergensi.

Penelitian terdahulu terkait konvergensi media lokal yang mengkaji Konvergensi Media Surat Kabar Harian Lokal Jateng Pos, jurnal komunikasi (Aminuddin, 2020). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya konvergensi media pada surat kabar harian lokal Jateng Pos di Semarang, Jawa Tengah. Penelitian deskriptif kualitatif ini menggunakan pendekatan studi kasus instrumental tunggal, dimana peneliti mengidentifikasi dan menganalisis satu isu spesifik. Data diperoleh dari hasil wawancara dengan narasumber, buku, artikel, serta literatur terkait lainnya. Dengan menggunakan konsep konvergensi media dari *Siapera dan Veglis*, penelitian ini menunjukkan bahwa Jateng Pos mengadopsi empat tipe konvergensi media yang berkaitan satu sama lain:

- 1) konvergensi teknologi dengan mengelola media online (jatengpos.co.id) dan hadir di media sosial seperti Instagram, Twitter dan Facebook
- 2) konvergensi konten yang mengombinasikan bentuk tulisan, foto dan video
- 3) konvergensi bisnis, dimana keterhubungan tanpa batas di Internet menambah mitra bisnis (pengiklan) bukan hanya dari Jawa Tengah, tapi seluruh Indonesia; serta
- 4) konvergensi profesional dengan cara mempersiapkan SDM yang mampu memproduksi dan mendistribusikan berbagai macam konten yang dibutuhkan berdasarkan platformnya.

Ketersediaan berbagai platform media menyebabkan kemudahan bagi setiap orang untuk dapat mengakses informasi atau konten siaran radio. Dalam era digital saat ini, media penyiaran radio memerlukan rancangan konten atau program siaran yang sesuai dengan kebutuhan audien. Adapun bentuk empat tipe strategi konvergensi yang menjadi dasar konvergensi media yaitu teknologi, konten, bisnis dan profesional. Sehingga dengan adanya fenomena tersebut terdapat pengaruh mengenai konvergensi media yang dilakukan oleh radio bogor dalam mempertahankan eksistensinya di era digitalisasi.

Selain itu, konvergensi yang terjadi juga berdampak pada masyarakat yang mendengarkan. Saat ini masyarakat memiliki akses yang mudah dan fleksibel untuk mendengarkan radio. Kemudahan yang terjadi didukung dengan

konvergensi penyiaran radio melalui internet, Radio Kisi fm dan Elpas merupakan salah satu stasiun radio Bogor yang menerapkan konvergensi media. Dulu, pada masa kejayaan radio, Kisi fm dan elpas cukup melakukan siaran berbasis pemancar yang dilakukan secara konvensional. Namun, seiring munculnya internet, minat masyarakat akan radio cenderung menurun. Sehingga, Kisi fm dan elpas mulai menggunakan konvergensi media Teknologi sebagai salah satu upaya untuk tetap bertahan di era digital.

Sebelumnya, Kisi fm dan elpas hanya menggunakan telepon dan SMS sebagai medium untuk berkomunikasi dengan pendengar, namun seiring dengan munculnya internet, Radio Kisi fm dan elpas mulai memanfaatkan media sosial, tidak hanya sebagai media komunikasi namun juga media informasi dan promosi. Media sosial mengubah radio yang sebetulnya bersifat auditif menjadi lebih visual dengan sajian-sajian konten grafis dan videonya. Disisi lain, kehadiran media sosial mulai menggeser tempat radio di mata khalayak. Orang-orang mulai jarang mendengarkan radio dan lebih senang berselancar di dunia maya. Oleh karena itu, pelaku industri radio mulai menggunakan media sosial untuk lebih dekat dengan pendengar.

Selain itu, Radio Kisi fm dan elpas juga memiliki situs website sebagai situs resmi yang memuat segala macam informasi mengenai kisi fm dan elpas itu sendiri melalui website pribadinya yaitu kisifm.com dan elpas.com

Satu hal yang paling di kunjungi pada website Kisi dan elpas adalah adanya layanan live streaming yang bisa diakses kapan saja dan dimana saja. Layanan ini tentu sangat membantu pendengar yang berada di luar kota, mengingat siaran radio konvensional hanya bisa dijangkau oleh kota-kota sekitar saja. Penggunaan media sosial dan website ini menunjukkan bahwa Kisi Fm dan elpas telah melalui dimensi konvergensi media yang pertama, yakni konvergensi teknologi.



Gambar 1. 1 Web Streaming

(Sumber : www.kisi.com dan www.elpas.com)

Dalam konteks konvergensi media, data pendengar radio mengalami perubahan dan perluasan cakupannya. Berikut ini terdapat data pendengar radio kisi fm yang di data melalui website steaming radio kisi fm yang direkap pada tiap harinya di bulan april 2024 :

Tabel 1. 1 Data Pendengar Radio KISI FM Melalui Website Streaming

Hari/tanggal/bulan	Data pendengar
Senin 1 april 2024	21
Selasa 2 april 2024	28
Rabu 3 april 2024	33
Kamis 4 april 2024	22
Jumat 5 april 2024	18
Sabtu 6 april 2024	14
Senin 9 april 2024	21
Selasa 10 april 2024	16
Rabu 11 april 2024	14
Kamis 12 april 2024	25
Jumat 13 april 2024	16
Sabtuf 14 april 2024	13
Senin 16 april 2024	12
Selasa 17 april 2024	9
Rabu 18 april 2024	5
Kamis 19 april 2024	10
Jumat 20 april 2024	10
Sabtu 21 april 2024	13
Senin 23 april 2024	10
Selasa 24 april 2024	8
Rabu 25 april 2024	8
Kamis 26 april 2024	7
Jumat 27 april 2024	6
Sabtu 28 april 2024	5
Senin 30 april 2024	6

Sumber : KISI FM, 2024

Berdasarkan data survey yang direkap melalui website steaming radio kisi fm, pendengar kisi mengalami naik-turun, dan rata-rata pendengar Radio diawal di minggu pertama sejumlah 136 pendengar, lalu di minggu kedua sejumlah 105 pendengar, pada minngu ketiga sejumlah 59 pendengar , terakhir pada minggu keempat terdapat 50 Pendengar , dari data pendengarkan kisi fm disimpulkan bahwa *factor* Penurunan data pendengar tersebut tentu tidak lepas dari perkembangan teknologi komunikasi yang terjadi. Teknologi terus melahirkan media-media komunikasi baru dan berinovasi untuk mengembangkan media yang telah ada. Kondisi ini membuat radio sebagai media konvensional mau tidak mau harus melakukan adaptasi agar tetap digemari oleh pendengarnya. angkah adaptasi yang dilakukan oleh radio demi mengikuti perkembangan teknologi dan menarik pendegarnya adalah merambah dunia digital dengan melakukan digitalisasi. Hal tersebut memanfaatkan teknologi digital untuk menghubungkan berbagai aspek dalam kehidupan sehari-hari, Hal ini juga termasuk dengan kegiatan mendengarkan radio

Konvergensi konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Sedangkan multimedia adalah perpaduan berbagai macam media atau format file berbentuk teks, gambar, grafik, audio, video, dan animasi yang telah dikemas menjadi file digital. Secara keseluruhan, konten multimedia

diartikan sebagai segala informasi berbentuk teks, gambar, audio, hingga video yang tersedia dalam sebuah media atau produk elektronik. Dalam konvergensi media, konten multimedia merupakan salah satu dimensi yang paling penting. Hal ini lantaran konten merupakan komoditi yang didistribusi dan dikonsumsi dalam berbagai platform yang digunakan dalam proses konvergensi media konten.

Berbagai bentuk informasi yang ditampilkan pada beberapa pilihan media. Seperti dalam facebook dan intstagram radio kisi fm dan elpas fm yang menampilkan konten dalam berbagai kombinasi. Foto, audio, video, berita dan narasi yang terkait dengan peristiwa tertentu ditampilkan dengan penataan yang urut berdasarkan waktu terbaru. Ketersediaan berita yang memiliki keterkaitan dengan peristiwa yang sedang terjadi juga ditampilkan untuk mendukung keberagaman sudut pandang pembaca dalam memaknai peristiwa. Kombinasi bentuk informasi juga ditampilkan pada media sosial radio yaitu Instagram dan youtube. Di dalam Instagram kisi fm dan elpas menampilkan gambar dari peristiwa aktual yang terjadi di masyarakat dengan judul yang menarik. Informasi mengenai foto tersebut juga diberikan dengan menunjukkan keterangan, lokasi dan waktu suatu peristiwa. Berbeda dengan akun youtube kisifm dan elpas yang menampilkan berbagai video dan teks yang ditampilkan seperti program liputan.

Radio Kisi sendiri rutin memproduksi konten untuk diunggah di media sosial miliknya, yakni melalui web pribadinya Instagram yaitu <https://www.instagram.com/kisifmbogor?igsh=MWkwZ2hwdzB0NjY0Zw==> Pengunggahan konten tersebut telah disesuaikan dengan karakteristik dari masing-masing *platform*, misalnya konten gambar bisa diunggah di ketiga *platform*, sedangkan konten video hanya diunggah di Instagram. Selain di media sosial, radio kisi dan elpas juga memproduksi konten untuk diunggah di situs website. Selain menautkan link live streaming, situs *website* kisi fm dan elpas juga memiliki banyak kolom berisi konten-konten informatif yang bisa diakses oleh pendengar sembari mendengarkan radio melalui live streaming. Kolom-kolom tersebut tentu harus diisi dengan konten yang sesuai dengan format kolom, misalnya kolom berita film akan diisi dengan informasi seputar film, dan masih banyak lagi.



Gambar 1. 2 Media Sosial

Sumber : @kisifm dan ELPAS FM BOGOR

Peluang yang tercipta dari penggunaan media sosial yang sangat tinggi dapat dimanfaatkan industri media dalam konvergensi untuk menjaga eksistensi dan menjangkau konsumen lebih luas. Hal ini juga dilakukan oleh Radio Kisi

FM dan elpas dengan memanfaatkan berbagai bentuk media untuk menjaga eksistensi. Namun, berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti menunjukkan rendahnya tingkat interaksi audiens pada berbagai platform media. Melalui websit resmi Facebook Elpas yaitu <https://www.facebook.com/elpasfm> yang diikuti sebanyak 10 ribu dan jumlah interaksi yang sangat tinggi dapat dilihat dari jumlah like maupun comment di setiap postingan yang kurang dari puluhan. Pada akun instagram kisi fm menunjukkan angka pengikut yang rendah yaitu 8.256 ribu orang dengan jumlah interaksi like dan comment yang rendah pula. Berdasarkan data tersebut, maka penelitian ini menjadi menarik untuk dilakukan dengan tujuan mengetahui metode pelaksanaan konvergensi media yang terjadi di radio elpas dan kisi fm.

Selain itu terdapat Kovergensi Bisnis yang merupakan Proses kolaborasi terjadi ketika sebuah perusahaan media bekerjasama atau berkolaborasi dengan perusahaan media lain dalam proses produksi. Proses kolaborasi ini sangat membantu dan menguntungkan masing-masing pihak, pasalnya ketika salah satu perusahaan media tidak bisa melakukan produksi untuk konten tertentu, mereka tetap dapat menampilkan konten yang sebelumnya telah diproduksi oleh perusahaan media lain yang terlibat dalam proses kolaborasi tersebut. Selain itu, proses kolaborasi juga terjadi ketika masing-masing pihak saling mempromosikan satu sama lain.

Pada radio kisi fm dan elpas , proses kolaborasi dilakukan dengan ke dua radio lain yang tergabung dalam kisi fm dan elpas, yakni kisi fm dan elpas . Misalnya, saat akan diselenggarakannya suatu event tertentu seperti donor darah, maka adlibs atau iklan yang dibacakan oleh penyiar akan disiarkan di dua stasiun radio tersebut. Contoh lain adalah ketika ada program pencarian bakat yang bekerja sama dengan tv nasional, dan tempat penyelenggaraan audisi dilakukan di kantor Kisi fm, maka informasi tersebut akan disiarkan pula oleh Radio elpas dan Hal tersebut tentu akan membuat proses penyebaran informasi menjadi semakin luas,.

Sehingga diharapkan peserta yang datang ke kisi fm dan elpas pun semakin banyak. Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa dengan konvergensi media, perusahaan media tidak lagi menggebu-gebu untuk saling memperketat persaingan, namun justru melakukan proses kolaborasi yang dianggap bisa menguntungkan masing- masing pihak. Konvergensi media telah melahirkan gagasan baru bahwa untuk mendapatkan keuntungan tidak semata-mata dapat dilakukan dengan jalan persaingan, namun lebih kepada bagaimana bekerjasama agar nanti hasilnya dapat menguntungkan masing-masing pihak yang terlibat. Sama dengan dimensi kepemilikan, konvergensi media telah mengaburkan persaingan antar media dan melahirkan konsep baru yang sifatnya menyatukan banyak media.

Sebagai stasiun radio di bogor , kisi fm dan elpas yang menerapkan konvergensi media profesional atau produktivitas tentu menjadi aspek yang sangat penting untuk dimaksimalkan dalam operasional kisi fm dan elpas , Dalam kaitannya dengan konvergensi media, produktivitas yang dimaksud mencakup beberapa aspek, yakni produktivitas dalam mengelola media online, produktivitas karyawan, dan produktivitas siaran.

Bagi radio kisi fm dan elpas , mengelola akun media sosial dan website memerlukan produktivitas yang tinggi dan konsisten. Artinya, produksi konten

yang berhubungan dengan media online dan website harus dilakukan secara terstruktur dan rutin sesuai jadwal. Kisi FM dan Elpas bahkan memiliki Tim Media Sosial sendiri yang rutin melakukan produksi konten dibawah pengawasan dari Social Media Expert. Meski anggota tim tersebut juga merupakan penyiar, namun hal itu tidak lantas menjadi alasan penurunan produktivitas. Tujuannya adalah agar pengelolaan media sosial dan website bisa dilakukan secara maksimal, sebab percuma saja memiliki akun, namun tidak produktif. Meski mengalami kendala dalam hal SDM, namun sejauh ini memaksimalkan produktivitas menjadi salah satu strategi pokok Kisi FM dan Elpas dalam menerapkan konvergensi media.

Salah satu hal yang paling identik dengan konvergensi media profesional adalah karyawan dituntut untuk memiliki kemampuan multitasking, sehingga bisa melakukan banyak hal secara mandiri. Hal ini juga terjadi di Kisi FM dan Elpas, dimana produktivitas karyawan benar-benar dimaksimalkan. Seorang penyiar tidak hanya bertugas untuk siaran, namun juga merangkap menjadi posisi lain sesuai jabatannya dalam jenjang karier. Hal ini merupakan salah satu strategi konvergensi media yang dilakukan Kisi FM dan Elpas untuk meningkatkan kinerja karyawan, agar semakin banyak yang dihasilkan, namun sedikit yang dikeluarkan, karena secara otomatis anggaran untuk menggaji karyawan pun tidak sebanyak jika karyawan ditambah.

Menurut (Aminuddin, 2020) konvergensi media menjadi hal yang sangat penting dan dibutuhkan oleh media cetak Lokal maupun nasional untuk dapat bertahan dan menjaga eksistensi di era keterhubungan Dengan bantuan internet saat ini. Munculnya internet, media sosial, dan teknologi digital di Abad ke-21 mempercepat evolusi dalam jurnalisme dan komunikasi. Evolusi itu mengubah Hubungan antara produsen berita dan konsumen. Mengubah batas-batas geografis dalam Mendefinisikan komunitas, dan berpengaruh pula pada model organisasi dan ekonomi media. Konvergensi mulai mencakup berbagai dimensi dari kolaborasi lintas media ke penggunaan Berbagai media dalam mengumpulkan dan menyampaikan informasi, sehingga dibutuhkan Kajian mengenai jurnalisme dan komunikasi massa serta penerapan inovasi yang berkelanjutan

Menurut Douglas E. Comer (2018:4), "Internet adalah system komunikasi komputer global yang telah memungkinkan semua layanan, Pengguna internet menunjukkan jumlah yang terus meningkat setiap tahunnya. Menurut data terbaru APJII atau Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada Juni 2022 mengungkap bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 210 juta orang (Baktiar, 2023). dan Data yang dirilis Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada tahun 2017 tentang penetrasi pengguna internet di Indonesia, ditemukan bahwa sebanyak 143,26 juta masyarakat Indonesia menggunakan internet dari total penduduk sebanyak 262 juta jiwa. Dengan sebaran yang didominasi di pulau Jawa yakni 58,08%. Hal ini karena teknologi internet dan fasilitas yang telah mendukung di pulau Jawa (Taqwim & Hasfi, 2020). Adanya fakta tentang meningkatnya pengguna internet khususnya di pulau Jawa serta meningkatnya jumlah media online memperlihatkan bahwa di era digital ini, migrasi ke teknologi digital tidak dapat dihindarkan. Namun demikian, terpusatnya internet di kota besar terutama Jakarta tidak mengharuskan media mainstream di tingkat lokal untuk segera melakukan migrasi. Hal ini disebabkan

karena selain penggunaan internet masih rendah di tingkat lokal, mereka juga masih memiliki pembaca setia yang masih suka membaca media versi cetak. Hal ini menyebabkan media cetak lokal berada di posisi abu-abu, dimana disatu sisi mereka harus tetap mempertahankan tradisi lama, dan disisi lain mereka harus mampu beradaptasi menyambut era digital. Selain itu, terdapat berbagai alasan penggunaan internet masyarakat Indonesia dengan urutan tertinggi yaitu bermedia sosial, layanan berita informasi, bekerja atau bersekolah, mengakses layanan publik, menggunakan email, transaksi online dan lain sebagainya.

Saat ini, radio terus berkembang dengan munculnya berbagai platform streaming audio online dan aplikasi radio digital, meskipun radio analog masih tetap digunakan di banyak tempat. Berikut ini merupakan data jumlah pendengar radio yang semakin Tergerus



Gambar 1. 3 Data Media yang sering diakses pada tahun 2024
(sumber <https://www.rri.co.id/ipitek/569854/jumlah-pendengar-radio-semakin-tergerus>)

Dalam satu dekade terakhir, radio tampaknya bukan lagi jadi "favorit" orang untuk dinikmati. Meski konten-konten radio mulai banyak beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi, namun masih belum mampu mengembalikan pamor dan "kejayaan" radio seperti dulu.

Hal ini terlihat dari data yang dirilis oleh wearesocial.com, sebuah situs global yang melakukan riset perilaku pengguna internet dari seluruh dunia. Dari data terbaru yang mereka rilis pada Januari 2024 tersebut, didapatkan data dan fakta menarik. Dari total populasi Indonesia berjumlah 278,7 juta orang, terdapat 185,3 juta di antaranya merupakan pengguna internet dan ada 139 juta orang adalah pengguna sosial media aktif.

Data itu menunjukkan 66,48% dari total populasi Indonesia adalah pengguna internet, dan hampir 50% nya aktif sebagai pengguna sosial media. Fakta menarik lainnya, ternyata di Indonesia, penggunaan ponsel untuk koneksi internet mencapai 126,76% koneksi.

Mereka juga merilis statistik terkait penggunaan media, waktu yang dihabiskan, serta konten apa saja yang paling sering dikonsumsi pengguna. Per Januari 2023 hingga Desember 2023, berdasarkan pengguna dengan rentang usia 16 - 64 tahun didapat fakta bahwa 97,8% orang Indonesia aktif sebagai

pengguna sosial media, sementara yang mengakses internet menggunakan ponsel ada 96,2%.

Data selanjutnya menunjukkan, 84,6% orang Indonesia masih menonton televisi, lalu 84,1% menggunakan laptop/pc/tablet untuk mengakses internet. Kemudian, 71,0% pengguna mendengarkan layanan musik streaming, 70,7% membaca konten media online dan masih ada 65,8% orang yang menonton TV.

Berikutnya, ada 65,9% orang yang mendengarkan podcast, serta 54,7% masih membaca surat kabar cetak. Dan pada urutan terbawah, ada 51,1% orang yang masih mendengarkan radio.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode studi kasus. Peneliti memakai instrumental tunggal, dimana peneliti mengidentifikasi dan menganalisis satu isu spesifik. Data diperoleh dari hasil wawancara dengan narasumber, buku, artikel, serta literatur terkait lainnya. Dengan menggunakan konsep konvergensi media dari Henry Jenkins, penelitian ini menunjukkan bahwa radio Kisi Fm dan Elpas mengadopsi empat tipe konvergensi media yang berkaitan satu sama lain: a) konvergensi teknologi dengan mengelola media online (kisifm.com dan elpas.com) dan hadir di media sosial seperti Instagram, Twitter dan Facebook; b) konvergensi konten yang mengombinasikan bentuk tulisan, foto dan video; c) konvergensi bisnis, dimana keterhubungan tanpa batas di Internet menambah mitra bisnis (pengiklan) serta d) konvergensi profesional dengan cara mempersiapkan SDM yang mampu memproduksi dan mendistribusikan berbagai macam konten yang dibutuhkan berdasarkan platformnya serta Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif. Pendekatan ini bertujuan untuk melihat bagaimana strategi konvergensi yang dilakukan oleh Radio Kisi Fm dan Elpas dalam menghadapi era digitalisasi.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka dapat ditarik kesimpulan permasalahan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut Peran konvergensi radio di era digitalisasi dan perkembangan teknologi informasi komunikasi, karena itulah dengan adanya penelitian ini, peneliti akan melihat dan mencari tahu lebih dalam lagi strategi apa yang diterapkan pada radio Kisi Fm dan Elpas agar dapat mempertahankan eksistensi dalam mengikuti perkembangan di era digitalisasi, Maka, penulis menjadikan uraian ini sebagai latar belakang masalah dari judul penelitian yang berjudul Strategi Konvergensi Radio Bogor Dalam Upaya Mempertahankan Eksistensinya Di era Digitalisasi

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi konvergensi yang dilakukan oleh Radio Kisi Fm dan Elpas dalam menghadapi era digitalisasi?
2. Apa saja hambatan yang dihadapi oleh Radio Kisi Fm dan Elpas dalam menerapkan strategi konvergensi tersebut?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis strategi konvergensi yang diterapkan oleh Radio Kisi Fm dan Elpas dalam upaya mempertahankan eksistensinya di era digitalisasi.
2. Mengidentifikasi hambatan yang dihadapi oleh Radio Kisi Fm dan Elpas dalam menerapkan strategi konvergensi tersebut.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan kepada mahasiswa dan juga masyarakat umum, selain itu penelitian ini juga diharapkan meningkatkan kajian ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi melalui pengembangan penelitian dengan menggunakan metode penelitian kualitatif.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif bagi penelitian komunikasi terutama tentang strategi konvergensi radio untuk mempertahankan eksistensinya di era gitalisasi ini sehingga dapat dijadikan rujukan maupun masukan bagi mahasiswa ilmu komunikasi lainnya terutama dalam bidang.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Makna komunikasi berasal dari kata latin yaitu “*Communis*” yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Menurut Cherry dalam Stuart, mengatakan bahwa komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa latin “*Communico*” yang artinya membagi. Rongers dan D. Lawrence Kincaid menegaskan bahwa komunikasi adalah proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau bertukar informasi, menghasilkan saling pengertian yang mendalam .

Edward Depari mendefinisikan komunikasi sebagai "proses penyampaian ide, harapan, dan pesan yang disampaikan melalui lambang tertentu yang mengandung makna, yang dilakukan oleh utusan yang ditujukan kepada penerima". Sejalan dengan *Theodore Herbert*, komunikasi ialah proses yang didalamnya menunjukkan arti pengetahuan dipindahkan dari seorang kepada orang lain, biasanya dengan maksud mencapai beberapa tujuan khusus.

Adapun menurut *Richard L. Wiseman*(Xiao, 2018), dia mengatakan bahwakomunikasi sebagai proses yang melibatkan dalam pertukaran-pesan danpenciptaan makna. Makna yang tersimpan dalam definisi ini memberikanpengertian bahwa komunikasi efektif apabila orang tersebut menafsirkan pesan yang sama seperti apa yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.

Adapun pengertian komunikasi menurut para ahli lainnya yaitu:

- a. *Shanono dan Weaver*, mereka mengatakan bahwa “Komunikasi itu merupakan suatu bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja ataupun tidak terbatas”.
- b. *Carl I. Hovland*, dia mengatakan bahwa “Komunikasi itu adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) dengan menyampaikan rangsangan untuk mengubah perilaku orang lain.
- c. *Judy C Pearson & Paul E Melson*, mereka mengatakan bahwa “Komunikasi itu merupakan suatu proses yang memahami dan berbagi makna.
- d. Anwar Arifin, dia mengatakan bahwa “Komunikasi itu merupakan suatu konsep yang multi makna. Makna komunikasi dapat dibedakan berdasarkan komunikasi sebagai proses sosial. Dimana para ahli ilmu sosial melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan komunikasi yang secara umum menfokuskan pada kagiatan manusia dan berkaitan dengan pesan perilakunya.
- e. *Lexicographer*, dia mengatakan bahwa “Komunikasi itu upaya yang bertujuan berbagi untuk mencapai kebersamaan. Jika dua orang berkomunikasi maka pemahaman yang sama terhadap pesan yang saling dipertukarkan adalah tujuan yang diinginkan oleh keduanya.

Berdasarkan pengertian-pengertian tentang komunikasi diatas, bahwa komunikasi dapat diperoleh gambaran bahwa komunikasi mempunyai beberapa karakteristik, yaitu:

- a. Komunikasi adalah suatu proses komunikasi dianggap sebagai suatu proses. Dalam artian bahwa komunikasi itu merupakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi berurutaan (ada tahapan atau sekuasi) serta berkaitan dengan satu sama lainnya dalam waktu tertentu.

- b. Komunikasi merupakan upaya yang disengajakan serta mempunyai tujuan. Komunikasi ini juga merupakan suatu kegiatan yang dilakukan secara sadar, disengaja, serta sesuai dengan tujuan atau keinginan dari pelakunya.
- c. Komunikasi yang menuntut adanya partisipasi dan kerja sama dari pelaku yang terlibat kegiatan komunikasi akan berlangsung dengan baik apabila pihak-pihak yang berkomunikasi (dua orang atau lebih) sama-sama ikut terlibat dan sama-sama mempunyai perhatian yang sama.
- d. Komunikasi bersifat simbiolis, komunikasi ini pada dasarnya ialah suatu tindakan yang dilakukan dengan menggunakan lambang-lambang.
- e. Komunikasi bersifat transaksional, komunikasi ini pada dasarnya menuntut dua tindakan, yaitu memberi dan menerima. Dua tindakan ini tentunya perlu dilakukan secara keseimbangan atau parsional.
- f. Komunikasi menembus faktor ruang dan waktu ialah bahwa peserta atau pelaku yang terlibat dalam komunikasi tidak harus hadir pada waktu serta tempat yang sama.

Komunikasi penyiar radio mencakup beberapa aspek:

- a. Pengiriman Informasi dan Berita: Sebagai penyiar radio, tujuan utamanya adalah menyampaikan informasi yang relevan dan berita terkini kepada pendengar. Ini termasuk laporan berita, cuaca, lalu lintas, dan berbagai topik lainnya yang penting bagi audiens.
- b. Hiburan dan Musik: Komunikasi penyiar radio juga berperan dalam menyediakan hiburan kepada pendengar. Ini mencakup pemutaran musik, acara komedi, wawancara dengan selebriti, program interaktif, dan segmen hiburan lainnya yang ditujukan untuk menghibur audiens.
- c. Komunikasi Interaktif: Meskipun komunikasi penyiar radio bersifat satu arah, ada juga elemen interaktif dalam bentuk panggilan telepon, pesan teks, atau interaksi melalui media sosial. Pendengar dapat berpartisipasi dalam acara, memberikan umpan balik, mengajukan pertanyaan, atau mengirimkan permintaan lagu melalui saluran komunikasi ini.
- d. Membangun Hubungan dengan Pendengar: Seorang penyiar radio yang baik mampu membangun hubungan yang kuat dengan pendengarnya melalui komunikasi. Mereka dapat menciptakan ikatan emosional dengan audiens melalui gaya berbicara, kepribadian yang menarik, humor, dan keterlibatan dalam topik yang relevan bagi pendengar.
- e. Penyebaran Pesan Promosi dan Iklan: Komunikasi penyiar radio juga digunakan untuk menyampaikan pesan promosi dan iklan kepada pendengar. Ini termasuk iklan produk, jasa, atau acara lainnya yang disajikan secara verbal oleh penyiar radio.
- f. Dalam komunikasi penyiar radio, penting bagi penyiar untuk memiliki keterampilan komunikasi yang efektif, suara yang menarik, kemampuan memahami audiens, serta kecakapan dalam menyampaikan pesan dengan jelas dan menarik agar dapat mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan.

2.1.1 Efek Komunikasi

(Cangara, 2018) mengungkapkan bahwa ada tiga dimensi efek komunikasi massa, yaitu kognitif, afektif, behavioral atau konatif dan berikut adalah penjelasan indikatornya :

1. Efek Kognitif

Efek kognitif adalah efek kognitif yang membahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dari akibat yang timbul dari komunikasi yang sifatnya informatif bagi dirinya.

2. Efek Afektif

Tujuan efek ini, terjadi apabila komunikasi massa memberikan perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi ataupun dibenci oleh khalayak, bukan hanya sekedar memberi tahu tentang sesuatu tetapi lebih dari itu.

3. Efek Konatif

Efek konatif merupakan bentuk dalam perilaku, tindakan atau kegiatan akibat yang timbul dalam diri khalayak.

2.1.2 Fungsi Komunikasi

Menurut Riswandi (Basit, 2018) fungsi komunikasi dibagi menjadi empat bagian; 1) Fungsi komunikasi sosial, 2) fungsi komunikasi ritual, 4) fungsi komunikasi instrumental

1) Fungsi Komunikasi Sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting dalam membangun konsep diri dengan pandangan kita tentang siapa diri kita dari yang diperoleh dari informasi yang diberikan orang lain kepada kita, aktualisasi diri cara berkomunikasi menunjukkan bahwa dirinya eksis ketika berbicara atau berkomunikasi dengan orang lain baik verbal maupun non verbal, kelangsungan hidup untuk mempertahankan hidup yang mengharuskan manusia harus berkomunikasi dengan orang lain dalam memupuk hubungan dan mencapai kebahagiaan.

2) Fungsi Komunikasi Ekspresif

Erat kaitannya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ekspresif yang dapat dilakukan secara sendiri atau kelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasitersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan kita.

3) Fungsi Komunikasi Ritual

Komunikasi Ritual biasanya dilakukan secara kolektif, komunikasi ritual juga sering kali bersifat ekspresif, artinya menyatukan perasaan terdalam seseorang. Komunikasi ritual adakalanya bersifat mistik dan sering kali perilaku orang-orang dalam komunitas tersebut sulit dimengerti dan dipahami orang-orang luar komunitas.

4) Fungsi Komunikasi Instrumental

Komunikasi yang berfungsi memberitahukan atau menerangkan mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa informasi yang disampaikan akurat dan layak untuk diketahui. Komunikasi berfungsi sebagai instrument dalam mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik jangka pendek maupun panjang.

2.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa menurut Gerbner dalam Romli (Kustiawan, Siregar, et al., 2022) komunikasi massa yaitu produksi dan distribusi yang berlandaskan

teknologi lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat Indonesia. Tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi.

Dikutip dari buku *Komunikasi Massa* (2017) karya Khomsahrial Romli, Definisi komunikasi massa menurut Bittner yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Rakhmat, seperti yang disitir Komala, dalam Karnil, dkk. 1999), yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang.

Menurut *Meletzke* dalam Romli (2016:2) Komunikasi massa yaitu setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebar teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang tersebar. Istilah tersebar menunjukkan bahwa komunikasi sebagai pihak penerima pesan tidak berada di suatu tempat, tetapi tersebar diberbagai tempat.

Menurut *Bittner* dalam Ardianto (2014:3) Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa, jadi sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak.

2.2.1 Ciri-Ciri Komunikasi Massa

(Abdullah, 2021) mengungkapkan bahwa Ciri komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik media audio visual maupun media cetak. Adapun beberapa ciri-ciri komunikasi massa sebagai berikut:

- a. Pesan bersifat umum komunikasi massa bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditunjukkan untuk semua orang dan tidak ditunjukkan untuk sekelompok orang tertentu.
- b. Komunikannya Anonim dan Heterogen pada komunikasi antarpersonal, komunikator akan mengenal komunikannya dan mengetahui identitasnya. Media Massa Menimbulkan Keserampakan
- c. Komunikasi lebih Mengutamakan Isi dari pada Hubungan
- d. Komunikasi Massa yang Bersifat Satu Arah
- e. Stimulasi Alat Indra yang Terbatas
- f. Umpan Balik Tertunda dan Tidak Langsung

2.3 Media Massa

Media massa terbagi menjadi dua bagian yaitu baik media cetak maupun media elektronik melalui alat saluran yang dihasilkan oleh teknologi modern melalui media massa, maka terjalinlah komunikasi massa. Komunikasi massa adalah yang memberikan informasi kepada masyarakat luas yang melalui media massa sebagai alat saluran media massa tentunya menjadi yang terdekat maupun yang terdepan (Putri, 2023)

Khalayak tersebar tanpa diketahui dimana mereka berada, maka biasanya digunakan media massa. Media massa adalah alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) (Nur, 2021). Arti media massa melibatkan beberapa aspek:

- a. **Penyebaran Informasi:** Media massa berfungsi sebagai alat untuk menyebarkan berita, informasi, dan konten kepada audiens yang luas. Mereka memiliki peran penting dalam memberikan laporan berita, mengkomunikasikan peristiwa terkini, menyajikan informasi politik, ekonomi, sosial, budaya, dan hiburan kepada masyarakat.
- b. **Pemberitaan Objektif:** Media massa bertanggung jawab untuk menyajikan berita secara obyektif, memberikan informasi yang akurat, seimbang, dan terverifikasi kepada masyarakat. Mereka berperan dalam membentuk opini publik dan mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap berbagai isu.
- c. **Pengaruh dan Kekuasaan:** Media massa memiliki kekuatan yang signifikan dalam mempengaruhi opini publik, memicu perubahan sosial, dan membentuk pandangan masyarakat. Mereka dapat mempengaruhi pola pikir, nilai-nilai, sikap, dan perilaku individu dan kelompok melalui penyampaian informasi dan pesan-pesan yang disajikan.
- d. **Hiburan dan Budaya Populer:** Media massa juga berfungsi sebagai sarana hiburan dan pengaruh budaya. Mereka menyediakan konten hiburan seperti film, acara televisi, musik, dan media sosial yang mempengaruhi selera, tren, dan gaya hidup masyarakat.
- e. **Platform Partisipasi Publik:** Media massa memberikan platform bagi partisipasi publik dan pertukaran informasi. Masyarakat dapat berinteraksi dengan media melalui surat pembaca, komentar, polling, atau melalui jejaring sosial untuk berbagi pendapat, pengalaman, dan ide-ide mereka.
- f. **Penting untuk dicatat bahwa media massa** juga dapat memiliki kelemahan, seperti bias politik atau komersial, sensasionalisme, manipulasi informasi, dan kurangnya keberagaman pendapat. Oleh karena itu, kritis dan bijaksana dalam mengkonsumsi media massa penting untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif dan objektif mengenai isu-isu yang disajikan.

2.3.1 Karakteristik Media Massa

karakteristik media massa menurut (Gushevinalti et al., 2020) ialah sebagai berikut :

- 1) **Bersifat melembaga**, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan, sampai pada penyajian informasi.
- 2) **Bersifat Satu arah**, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya percakapan antara pengirim dan penerima.
- 3) **Meluas dan serempak**, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak karena ia memiliki kecepatan.
- 4) **Memakai peralatan teknis atau mekanis seperti radio**, televisi, surat kabar, dan lain-lainnya.

2.3.2 Fungsi Media Massa

Laswell dalam (Harrera, 2016) fungsi media massa utama adalah sebagai berikut

- 1) Media massa mempunyai fungsi sebagai pengamat lingkungan, atau dalam Bahasa sederhana, sebagai pemberi informasi tentang hal-hal yang berbeda diluar jangkauan penglihatan kepada masyarakat luas.

- 2) Media massa berfungsi untuk melakukan seleksi mengenai apa yang perlu dan pantas untuk disiarkan.
- 3) Media massa sebagai media untuk memindahkan nilai dan warisan.

2.3.3 Jenis - jenis Media Massa

Menurut (Erlita, 2016) ada beberapa media komunikasi yang telah menjadi sarana komunikasi massa, dan memenuhi karakteristik dari media massa tersebut

- 1) **Pers** Istilah pers berasal dari mesin cetak. Pada mula pertamanya yakni menekan huruf-huruf ke atas kertas yang hendak dicetak, dengan demikian maka segala barang yang di persen disebut pers yang berhubungan dengan surat kabar. Akan tetapi pers merupakan bagian dari media massa yang dipergunakan untuk menyebarkan informasi kepada khalayak ramai.
- 2) **Radio** Istilah radio dimaksudkan keseluruhan sistem gelombang suara yang dipancarkan dari suatu stasiun dan yang dapat diterima oleh pesawat penerima di rumah, di kapal dan lain-lain, itu bisa dikatakan radio itu keseluruhan dari pada pemancar, studio, dan pemancar penerima sekaligus.
- 3) **Televisi** Istilah televisi dalam bahasa Inggris sering disebut dengan television yang berasal dari bahasa Yunani yaitu tele "jauh" dan *vision* "melihat". Jadi televisi adalah melihat dari jarak jauh dimana televisi memiliki konsep sebagai media massa atau komunikasi untuk menyampaikan pesan sehingga membantu misi para pemirsanya, karena itulah televisi memiliki layar sebagai media penampilan objek beserta gambar yang mendukung kesan hidup suatu objek yaitu warna dan suara.
- 4) **Film** adalah keseluruhan dari pita seluloid dipindahkan ke atas kertas khusus atau kertas layar khusus sebagai gambar-gambar positif. Jadi yang disebut film adalah pita dan gambar-gambar positif dan negatif. Jelasnya adalah keseluruhan dari pita seluloid dan semacamnya yang mengandung gambar yang kemudian bisa diproyeksikan.

2.4 Radio

Menurut Morissan berdasarkan (Bantilan et al., 2018) Radio merupakan media imajinatif. Selain itu masyarakat dapat mendapatkan informasi dengan cepat dari radio dengan biaya murah.

Radio menjadi salah satu media massa yang diminati masyarakat Indonesia Untuk mendapatkan informasi maupun hiburan, salah satunya karena memiliki Karakteristik terasa dekat antara penyiar dengan pendengar, yang membuat radio Tetap ada meskipun banyak gempuran media baru di era digitalisasi. Berdasarkan Data dari survei indikator sosial budaya Badan Pusat Statistik (BPS) hanya 13,31% (usia diatas 10 tahun) yang mendengarkan radio setiap minggunya pada tahun 2018, merosot jauh dari tahun 2003 yang mencapai 50,29%.

Romli (2018) dalam bukunya menerangkan bahwa yang menjadikan radio sebagai kekuatan kelima antara lain:

- a. Medium Massa: Radio dianggap sebagai medium massa karena dapat mencapai pendengar dalam jumlah besar secara serentak. Dengan siaran radio,

informasi dapat dikirim ke ribuan bahkan jutaan pendengar dalam waktu yang relatif singkat.

- b. **Audio Dominan:** Radio terutama digunakan untuk mentransmisikan suara atau konten audio. Ini membuatnya menjadi medium yang efektif dalam menyampaikan pesan melalui narasi, wawancara, musik, program talk show, dan lain sebagainya.
- c. **Keberagaman Konten:** Radio menawarkan beragam konten yang dapat menarik berbagai jenis pendengar. Hal ini mencakup musik dari berbagai genre, berita, informasi, cerita pendek, komedi, diskusi, olahraga, dan banyak lagi. Dengan demikian, radio dapat mencakup kepentingan dan preferensi beragam audiens.
- d. **Kebebasan dan Aksesibilitas** Radio sering dianggap sebagai medium yang relatif terjangkau dan mudah diakses oleh masyarakat. Pendengar dapat mengakses siaran radio menggunakan perangkat radio sederhana, seperti radio transistor, yang tersedia secara luas dan murah di pasaran. Selain itu, dengan perkembangan teknologi, luas radio juga dapat diakses melalui internet atau aplikasi streaming, memberikan fleksibilitas dan kemudahan akses lebih lanjut.

Keunggulan lain dari radio adalah sifatnya yang santai, karena sifatnya auditori (untuk didengarkan), lebih mudah orang menyampaikan pesan dalam bentuk acara yang menarik. Dalam hal ini musik memegang peranan yang sangat penting karena pesan disampaikan diantara musik. Adapun kekurangan dari media massa ini adalah tidak bisa dilihat sehingga merupakan media sekilas/selintas (hanya sekali didengar dan tidak bisa diulang).

Strategi radio mengacu pada rencana dan pendekatan yang digunakan oleh stasiun radio untuk mencapai tujuan dan sasaran tertentu. Beberapa strategi utama yang biasanya digunakan dalam industri radio meliputi:

Strategi radio mengacu pada rencana dan pendekatan yang digunakan oleh stasiun radio untuk mencapai tujuan dan sasaran tertentu. Beberapa strategi utama yang biasanya digunakan dalam industri radio meliputi:

1. Strategi Programming

Strategi programming berkaitan dengan perencanaan dan penjadwalan program-program siaran yang menarik bagi target audiens tertentu. Ini meliputi pemilihan format siaran (musik, berita, obrolan, dll.), penyusunan jadwal siaran, dan pengembangan konten yang unik dan menarik.

2. Strategi Positioning

Strategi positioning adalah upaya stasiun radio untuk memposisikan dirinya di benak audiens dengan cara yang unik dan berbeda dari pesaing. Ini dapat dilakukan melalui pemilihan format siaran, gaya penyiar, slogan, dan branding yang khas.

3. Strategi Pemasaran dan Promosi

Strategi pemasaran dan promosi melibatkan upaya untuk mempromosikan stasiun radio dan menarik audiens baru. Ini dapat dilakukan melalui iklan di berbagai media, promosi off-air (event, sponsor, dll.), serta pemanfaatan media sosial dan platform digital.

4. Strategi Pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM)

Strategi pengelolaan SDM berfokus pada pengembangan dan pengelolaan karyawan, terutama penyiar dan staf kreatif, untuk memastikan kualitas siaran yang

baik dan konsisten. Ini meliputi perekrutan, pelatihan, dan mempertahankan talenta terbaik.

5. Strategi Teknologi

Strategi teknologi berkaitan dengan penggunaan dan pemanfaatan teknologi terbaru dalam operasional siaran radio, seperti sistem automasi, peralatan digital, streaming online, dan integrasi dengan platform media sosial.

6. Strategi Keuangan

Strategi keuangan berfokus pada pengelolaan anggaran, pendapatan (seperti dari iklan dan sponsor), serta pengendalian biaya operasional dengan efisien untuk memastikan keberlanjutan bisnis radio.

7. Strategi Konvergensi Media

Strategi konvergensi media melibatkan integrasi siaran radio dengan platform media lainnya, seperti website, media sosial, dan aplikasi seluler, untuk memperluas jangkauan audiens dan menyediakan pengalaman multimedia yang lebih kaya.

Strategi yang dipilih harus disesuaikan dengan tujuan, sumber daya, dan lingkungan bisnis stasiun radio. Kombinasi strategi yang tepat dapat membantu stasiun radio meningkatkan daya saing, menarik audiens, dan mencapai tujuan bisnis yang diharapkan.

Penyiar radio adalah orang yang mampu mengkomunikasikan gagasan, konsep, dan ide, serta bertugas membawakan atau menyiarkan suatu program acara di radio.

Dalam hal ini, penyiar radio memiliki tanggung jawab terhadap acara yang sedang dibawakannya sehingga dapat berlangsung dengan lancar. Menurut *Chester, Garisson*, dan *Willis* dalam bukunya berjudul *Television and Radio* mengatakan bahwa penyiar dalam sebuah stasiun radio memainkan banyak peran. Pada umumnya, penyiar juga mempunyai pekerjaan dan tugas lain sesuai keterampilan yang dimilikinya. Tentu saja penyiar adalah seorang penampil yang melakukan pekerjaan penyiaran, menyajikan produk komersil, menyiarkan berita/informasi, akting sebagai pembawa acara atau pelawak, menghandle olahraga, pewawancara, memimpin jalannya diskusi, membawakan kuis, dan narator. Pada dasarnya ada banyak aturan yang menuntut seorang penyiar harus lebih persuasif dan komunikatif pada pendengarnya.

Penyiar radio merupakan orang yang memimpin sebuah program acara radio. Mereka dituntut memiliki kemampuan menjadi penyiar agar bisa memimpin program radio tersebut. Berikut keahlian yang harus dimiliki seorang penyiar radio.

1. Keterampilan Berbicara

Berbicara menjadi kemampuan yang mutlak dan harus dimiliki seorang penyiar radio. Keterampilan bicara seorang penyiar pun harus berbeda dengan cara berbicara seseorang pada umumnya. Menurut Awan Setiawan pada buku *Becoming a Radio Star*, bahwa skill penyiar itu dibagi menjadi dua kategori yaitu *the voice* karakter suara dan bagaimana mengolahnya dan *the message* bagaimana penyiar mengomunikasikan sebuah pesan lisan yang efektif. Sementara ada beberapa juga yang harus diingat untuk menjadi penyiar radio. Kualitas suara yang bagus, bulat dan tidak pecah adalah salah satu hal yang perlu diingat, lalu juga artikulasi dan intonasi menjadi peran penting dalam menjadi Penyiar Radio.

2. Keterampilan Membaca

Kemampuan komunikasi lisan itu banyak ditemui saat penyiar harus membaca copy reading. Penyiar harus mampu membacakan secara efektif sebuah naskah yang ditulis oleh *producer*, *scriptwriter*, *reporter*. Seringkali penyiar diharuskan menyampaikan informasi yang ia ambil dari sumber lain seperti surat kabar, majalah, internet dengan gayanya sendiri.

3. Keterampilan Menulis

Penyiar radio adalah orang yang mampu mengkomunikasikan gagasan, konsep, dan ide, serta bertugas membawakan atau menyiarkan suatu program acara di radio.

Dalam hal ini, penyiar radio memiliki tanggung jawab terhadap acara yang sedang dibawakannya sehingga dapat berlangsung dengan lancar. Menurut *Chester*, *Garisson*, dan *Willis* dalam bukunya berjudul *Television and Radio* mengatakan bahwa penyiar dalam sebuah stasiun radio memainkan banyak peran. Pada umumnya, penyiar juga mempunyai pekerjaan dan tugas lain sesuai keterampilan yang dimilikinya. Tentu saja penyiar adalah seorang penampil yang melakukan pekerjaan penyiaran, menyajikan produk komersial, menyiarkan berita/informasi, akting sebagai pembawa acara atau pelawak, menghandle olahraga, wawancara, memimpin jalannya diskusi, membawakan kuis, dan narator. Pada dasarnya ada banyak aturan yang menuntut seorang penyiar harus lebih persuasif dan komunikatif pada pendengarnya.

4. Pendahuluan kuat

Strategi penayangan yang dinamakan dengan "pendahuluan kuat" (*strong lead-in*) adalah strategi untuk mendapatkan sebanyak mungkin audien dengan menyajikan program yang kuat pada permulaan segmen waktu siaran.

5. Strategi Buaian

Strategi membuat buaian (*creating hammock*) karena *hammock* berarti buaian yang diikat pada dua batang pohon. Ini merupakan strategi membangun audien atas suatu program yang mulai mengalami penurunan popularitas.

6. Penghalangan

Strategi untuk merebut perhatian audien dengan cara melakukan perubahan jadwal program secara cepat

7. Strategi Lainnya

Strategi lainnya adalah dengan tetap mempertahankan program-program yang berhasil pada posisinya yang sekarang. Audien umumnya sudah terbiasa dengan jadwal program yang menjadi kegemarannya. Perubahan jadwal akan membingungkan audien dan bahkan program itu dapat kehilangan audiennya

Manajemen radio pada umumnya di kenal dengan manajemen musik, berkaitan dengan siaran musik di radio. Manajemen memiliki peranan penting dan vital. Manajemen siaran musik stasiun radio pada dasarnya dibuat agar eksistensi radio tersebut tetap terjaga dan melekat dihati para pendengar. Dalam manajemen stasiun siaran radio terdapat beberapa divisi yang mendukung penyiaran tersebut, meliputi marketing, program director, music director, produksi siaran, siaran dan monitoring. Manajemen juga tentunya memiliki fungsi salah satunya adalah:

- 1) Perencanaan (*planning*)
- 2) Perencanaan mencakup kegiatan penentu tujuan yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut.

- 3) Pengorganisasian (organizing) Merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi.
- 4) Pengarahan dan pemberi pengaruh. Pengawasan Merupakan untuk mengetahui tujuan-tujuan organisasi atau perusahaan sudah tercapai atau belum

Eksistensi sebuah radio sendiri merupakan kemampuan dari program radio itu sendiri untuk bisa bertahan dalam waktu yang lama. Pada dasarnya membuat program siaran di radio sendiri bukan suatu hal yang sulit, akan tetapi untuk membuat program tersebut bertahan dan disukai oleh pendengarnya serta mempertahankan eksistensinya bukanlah hal yang mudah. Untuk menyusun program siaran diperlukan manajemen strategi program siaran media dengan harapan program tersebut bisa disukai pendengar juga menjadi sarana pendidikan, informasi, dan memberikan pengaruh kebaikan untuk pendengarnya. Dengan adanya streaming radio dapat bertransformasi menjadi media online, namun tidak akan menghilangkan getaran dari radio itu sendiri.

2.4.1 Jenis- jenis Radio

Ada beberapa jenis radio menurut yaitu:

1. Lembaga penyiaran publik, yaitu Lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum dan didirikan oleh negara, bersifat independent, netral, tidak komersial, dan berfungsi untuk memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat
2. Lembaga penyiaran swasta, yaitu Lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia, yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau televisi. Radio Bogor ini termasuk ke dalam radio swasta.
3. Lembaga penyiaran komunitas, adalah radio berbentuk badan hukum yang didirikan oleh komunitas tertentu. Radio komunitas bersifat independent, tidak komersial, daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya.
4. Lembaga penyiaran berlangganan, merupakan Lembaga penyiaran berbentuk badan hukum di Indonesia, yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran berlangganan dan wajib terlebih dahulu memperoleh izin penyelenggaraan penyiaran berlangganan. Jenis radio ini masih sangat jarang di Indonesia

2.4.2 Karakteristik Radio

Radio memiliki beberapa karakteristik yang membedakannya dengan media massa lainnya, seperti media cetak dan televisi (Winda Kustiawan et al., 2022)

a. Auditori

Radio merupakan media yang didengar, karena isi siaran hanya bersifat lewat saja dan tidak ada pengulangan. Yang artinya pendengar tidak bisa mendengarkan siaran ulang pada informasi yang sudah disampaikan.

b. Transmisi

Transmisi proses penyebaran atau disampaikannya kepada pendengar melalui

c. Mengandung Gangguan

Seperti timbul-tenggelam (fading) dan gangguan teknis seperti channel noise.

2.4.3 Segmentasi Radio

Menurut Morrisan dalam (Agustim, 2017) Segmentasi radio adalah sebuah kegiatan dalam membagi-bagi ataupun dalam melakukan pengelompokan audiens ke dalam kotak-kotak yang lebih homogen. Hal ini dilakukan agar dapat memahami audiens penyiaran dan pemasara program. Segmentasi pasar ini dapat dibagi menjadi empat macam yaitu:

1. Segmentasi Demografis

Segmentasi audiens didasarkan pada peta populasi Misalnya, usia, jenis kelamin, ukuran keluarga, tingkat pendidikan tertinggi, jenis pekerjaan konsumen, tingkat pendapatan agama, suku, dll.

2. Segmentasi Geografis

Segmen ini membagi audiens berdasarkan jangkauan geografi. Segmentasi ini mencakup wilayah dari negara bagian, provinsi kabupaten, kota hingga wilayah pemukiman.

3. Segmentasi Geodemografis

Segmentasi geografis merupakan gabungan antara segmentasi geografis dan segmentasi demografis "orang-orang yang tinggal di geografis yang sama cenderung memiliki demografi yang sama, tetapi area tempat mereka tinggal harus sesempit mungkin"

4. Segmentasi Psikografis

Segmentasi berdasarkan gaya hidup dan kepribadian manusia. Gaya hidup mencerminkan bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya, tercermin dalam aktivitas, minat, dan pendapatnya. dengan kata lain, segmentasi psikografis lebih jelas daripada segmentasi demografis, yang mengelompokan khalyak-khalayak berdasarkan variable saja.

2.4.4 Kelebihan dan Kekurangan radio

Menurut Santi Indra Astuti Radio memiliki sejumlah fungsi, seperti mentransmisikan pesan, mendidik, membujuk, dan menghibur. Sebagaimana media komunikasi massa lainnya, radio memiliki kekhasan tersendiri (Kustiawan, Sitorus, et al., 2022)

1. Keunggulan Radio:

- a. radio terdapat dimana-mana radio merupakan alat penyebar informasi yang bisa dijangkau oleh semua kalangan dan terdapat di mana-mana. Radio bisa berada di rumah, toko-toko, kantor, mobil, juga radio portable semisal di fitur ponsel. Siapa saja bisa mendengarkan radio sebab harganya terjangkau dan mudah dibawa kemana saja.
- b. radio bersifat partisipasi rasa peprsahabatan dan kesetiaan pada sebuah station radio tertentu, para pendengar membangkan rasa keterlibatan.
- c. memiliki kelompok sasaran yang spesifik Setiap statisun radio punya profil pendengar asing-masing. Pada waktu yang berbeda, bisa mmenjangkau berbagai kelompok yang berbeda seperti ibu rumah tangga, pengendara mobil, dan anak-anak muda dan, yang lain.
- d. radio media personal radio berbicara kepada khalayak secara pribadi. Pendengar punya hubungan yang akrab dengan penyiar favoritnya.

- e. radio adalah media hiburan yang sehat kita tidak perlu membeli kaset untuk mendengarkan lagu-lagu favorit, cukup melalui radio. Jika ingin mendengarkan lagu dari penyanyi tertentu cukup putar gelombang dan bisa mendapatkan lagu favorit di beberapa stasiun radio swasta.
- f. radio bersifat langsung
makna langsung adalah bahwa suatu pesan yang disiarkan dapat dilakukan tanpa proses yang rumit. Jika dibandingkan dengan penyiaran pesan melalui surat kabar, brosur, pamflet atau media cetak lainnya. Penyampaian radio lebih efektif dan efisien melalui radio karena langsung pula dapat disampaikan melalui mikrofon.

2. Kelemahan radio

- a. radio itu hanya memiliki suara walaupun suara merupakan keunggulan radio, namun ini memiliki segi kekurangan yaitu suara tidak mampu menjelaskan gambar, grafik dan sebagainya.
- b. radio hanya selintas
setiap produksi yang disiarkan atau omongan penyiar umumnya tidak terdokumentasikan.

2.4.5 Sifat Pendengar Radio

Pendengar (komunikator) merupakan sasaran dari komunikator. Komunikasi akan efektif jika dapat memikat perhatian pendengar, menarik Minatnya, membuat pendengar mengerti dan meyakinkan pendengar untuk melakukan kegiatan sesuai pesan dari komunikator. Menurut (Azis, 2021), adapun beberapa sifat dari pendengar radio adalah sebagai berikut.

1. Heterogen

Pendengar adalah massa yang tersebar di berbagai tempat dan sangat Beragam latar belakangnya. Maka dari itu, sejumlah radio mencoba Membatasi sasaran pendengarnya agar lebih homogeny dengan Membuat pembatasan sasaran berdasarkan Demografis, Geografis Dan Psikografis. Sifat yang heterogen dari mendengar merupakan Dasar yang perlu diperhatikan oleh penyiar dalam memilih gaya Bahasa yang disampaikan.

2. Personal

Karena pendengar berbeda dalam keadaan heterogen, terpencair-Pencar diberbagai tempat dan pada umumnya dirumah-rumah, maka Isi pesan akan diterima dan dipahami secara personal sesuai Pendengar itu berada dan kondisinya ketika mendengarkan siaran Radio.

3. Aktif

Semula para ahli komunikasi berpendapat bahwa pendengar radio Bersifat aktif. Pendengar ternyata aktif mendengarkan sesuatu yang Menarik, aktif berfikir, dan aktif melakukan interpretasi.

4. Selektif

Pendengar radio siaran sifatnya selektif, maksudnya mereka akan Memilih program radio siaran yang disukainya. Banyak stasiun siaran yang menghadirkan aneka jenis acara dan berlomba-lomba memikat Pendengarnya. Stasiun radio tidak memiliki selera oleh pendengar, maka siaran tersebut akan ditinggalkan oleh pendengarnya.

2.5 Konvergensi Media Massa

Konvergensi media erat kaitannya dengan perkembangan teknologi digital, integrasi teks, angka, visual, audio, dan video. Tak hanya itu, konvergensi media mengacu pada perkembangan teknologi yang memungkinkan adanya konvergensi jaringan.

Jika dilihat dari sudut pandang perusahaan, maka konvergensi media adalah pengintegrasian antara perusahaan di bidang media informasi (komputer), jejaring telekomunikasi, dan penyedia konten (radio, televisi, penerbit buku, musik, dan hiburan). Kata kunci dari konvergensi media adalah digitalisasi sebab seluruh informasi atau data diubah dari yang mulanya berformat analog menjadi digital kemudian dikirim ke dalam bentuk satuan binary digit (bit). Karena informasi yang dikirim berupa digital maka terciptalah produk-produk digital yang berbentuk audio dan visual yang memiliki fungsi komputer.

Konvergensi menyebabkan terkikisnya batasan-batasan antar media. Konvergensi media hadir akibat dari lahirnya jaringan internet yang diikuti munculnya world wide web (www) dan jaringan komputer high speed yang menyebabkan telepon, video, dan komunikasi data berada dalam satu jaringan

Konvergensi media terjadi dilihat dari individu yang melakukan interaksi dan sosialisasi dengan individu lain pada ranah sosial dengan memakai berbagai platform guna menciptakan pengalaman dan bentuk-bentuk baru dalam media serta konten yang menghubungkan setiap individu secara sosial.

Henry Jenkins menyebutkan bahwa konvergensi media aliran konten yang dipublikasikan di beberapa platform, kerjasama industri, dengan media dan kegiatan migrasi media. Konvergensi media lebih dari sekadar pergeseran teknologi. Konvergensi mengubah hubungan antara teknologi, industri, pasar, genre, dan audiens yang ada. Dengan hadirnya media baru, media lama dipaksa untuk mampu hidup berdampingan dengan media baru. Keberadaan media lama tidak akan tergeser namun fungsi dan statusnya akan digeser oleh teknologi baru. Konvergensi merupakan cara untuk memahami perubahan media yang terjadi pada era digital.

Konvergensi melibatkan perubahan pada suatu media dalam proses memproduksi konten dan cara media dikonsumsi oleh audiens. Hadirnya media baru mampu menurunkan biaya produksi dan distribusi, memperluas jangkauan saluran pengiriman informasi, memungkinkan konsumen untuk mengarsipkan, menyesuaikan, dan mengedarkan ulang konten media dengan cara yang baru yaitu melalui teknologi baru (ponsel pintar, komputer, dan perangkat elektronik lainnya).

Konvergensi adalah proses yang digerakkan oleh perusahaan dari atas ke bawah dan proses yang digerakkan oleh konsumen dari bawah ke atas. Dengan kata lain, sebuah perusahaan media mampu mempercepat aliran konten media melalui berbagai saluran pengiriman (*platform*) dengan tujuan memperluas peluang pendapatan, memperluas pasar, dan memperkuat komitmen pemirsa dan audiens dapat beradaptasi dalam menggunakan teknologi media baru untuk berinteraksi dengan audiens lain.

Konvergensi media pada dasarnya mengintegrasikan tiga aspek yaitu computing, communication, dan content. Ketiga aspek tersebut mengakibatkan adanya perubahan media informasi, perubahan cara berkomunikasi, dan perubahan cara memperoleh informasi. Konvergensi media merupakan bentuk

kolaborasi yang terdiri dari lima level aktivitas yaitu cross promoting, cloning, coopetition, content sharing, dan full convergence. Konvergensi memungkinkan para pekerja industri media massa menyajikan informasi dan hiburan dalam beragam bentuk media. Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa konvergensi media merupakan fenomena penggabungan sejumlah atau beberapa media yang meliputi media cetak hingga elektronik ke dalam satu media tunggal guna menciptakan satu media komunikasi dan informasi digital yang lebih efisien.

2.5.1 Strategi Konvergensi Media

Strategi Konvergensi Media Dengan perkembangan dan berubahnya kemajuan teknologi membuat perusahaan industri media massa perlu beradaptasi, yaitu dengan menggunakan strategi konvergensi media untuk dapat bertahan di dunia industri media massa dan juga dapat lebih menarik jumlah audience. Dalam produksi konten di media massa dapat diperkuat dengan strategi 3M, di mana strategi ini dapat berpengaruh pada proses pembuatan produksi konten media massa, maka strategi tersebut, yaitu:

1. *Multimedia*

Media sebagai sarana menyebarkan dan memproduksi informasi dan konten dalam bentuk format digital yang beragam, seperti foto, audio, video, teks. Dengan kekuatan multimedia pada media massa ini audience menjadi daya tarik untuk menggunakannya dan mereka dengan bebas memilih format digital yang beragam tersebut.

2. *Multichannel*

Dalam strategi multichannel di media massa dengan menggunakan berbagai metode, cara atau saluran penyebaran informasi dan konten baik dalam bentuk fisik (media konvensional) maupun media digital (internet). Sebagai media konvensional seperti radio, selain penyebaran informasi melalui frekuensi radio dapat juga diakses dengan menggunakan internet, di mana biasanya industri radio juga menyebarkan informasi tersebut dengan media digital. Sehingga audience dengan bebas memilih mau mendapatkan informasi dengan media yang diinginkan.

3. *Multiplatform*

Dengan perkembangan teknologi membuat media-media yang menjadi sarana untuk mengakses informasi. Audience dapat memilih sarana tersebut, seperti smartphone, laptop, personal computer (PC). Sarana tersebut dapat menjadi kemudahan audience dalam mencari informasi dengan bebas memilih perangkat yang digunakan.

2.5.2 Jenis Konvergensi Media

Henry Jenkins membagi konvergensi media ke dalam empat bentuk konvergensi. Bentuk konvergensi tersebut adalah konvergensi teknologi, konvergensi konten, konvergensi bisnis dan konvergensi profesional (Prasmesti, 2023).

a. Konvergensi teknologi

Bentuk konvergensi yang mengarah pada bersatunya semua jenis media, seperti cetak, audio, dan video, semuanya menyatu menjadi media digital. Bentuk konvergensi ini jelas terlihat pada media-media yang berfokus pada penyebaran berita terutama industri media cetak, di mana para pekerja media menyajikan berita dengan bercerita menggunakan teks, audio, video, hingga konten interaktif.

b. Konvergensi Konten

Radio kini tidak hanya menyiarkan program audio, tetapi juga menyediakan konten multimedia seperti teks, foto, video di platform online mereka. Konten dapat didistribusikan melalui berbagai channel.

c. Konvergensi Bisnis

Perusahaan radio kini mengintegrasikan berbagai layanan media seperti penyiaran, online, dan layanan mobile dalam satu organisasi untuk mendapatkan pendapatan dari berbagai sumber.

d. Konvergensi Profesional

Praktisi radio dituntut untuk memiliki keterampilan multimedia dan multiplatform. Mereka tidak hanya mengerjakan siaran radio, tetapi juga mengolah konten untuk platform lain seperti *website*, sosial media, dll.

Jadi konvergensi di radio mencakup teknologi digital, konten multimedia, model bisnis terintegrasi, serta keahlian staf yang melampaui penyiaran audio tradisional. Ini memungkinkan radio untuk tetap relevan di era digital.

2.6 Eksistensi Di Era Digital

Menurut (Gogali & Tsabit, 2020) Eksistensi digital radio mengacu pada keberadaan dan penggunaan radio dalam format digital atau melalui platform digital. Beberapa aspek eksistensi digital radio meliputi:

1. Siaran Radio Digital

Radio digital adalah teknologi penyiaran yang menggunakan sistem digital untuk mentransmisikan sinyal audio radio, memberikan kualitas suara yang lebih baik dan dapat menyediakan data tambahan seperti teks atau gambar. Contohnya adalah Digital Audio Broadcasting (DAB) dan Digital Radio Mondiale (DRM).

2. Radio Online/Internet Radio

Radio online atau internet radio adalah layanan siaran radio yang didistribusikan melalui internet. Pendengar dapat mengakses siaran radio ini melalui *website*, aplikasi, atau perangkat digital lainnya.

3. Streaming Radio

Streaming radio adalah proses penyiaran konten audio radio secara langsung melalui internet. Ini memungkinkan pendengar untuk mengakses siaran radio secara real-time melalui perangkat digital seperti komputer, smartphone, atau pemutar media lainnya.

4. Podcast Radio

Podcast radio adalah program audio digital yang dapat diunduh atau diputar secara streaming oleh pendengar sesuai permintaan. Stasiun radio sering menyediakan podcast untuk program-program mereka agar pendengar dapat mendengarkan kapan pun dan di mana pun.

5. Integrasi dengan Media Sosial

Stasiun radio saat ini sering mengintegrasikan siaran mereka dengan platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dll. Ini memungkinkan interaksi dan keterlibatan langsung dengan pendengar serta mempromosikan konten siaran.

6. Aplikasi Seluler Radio

Banyak stasiun radio yang memiliki aplikasi seluler khusus yang memungkinkan pendengar mengakses siaran, podcast, informasi program, dan fitur interaktif lainnya melalui perangkat seluler.

7. Konten Digital Tambahan

Eksistensi digital juga memungkinkan stasiun radio menyediakan konten digital tambahan seperti video, artikel, gambar, dan materi multimedia lainnya untuk memperkaya pengalaman pendengar.

Radio disebut sebagai media konvensional karena dianggap sudah ketinggalan dengan media online. Padahal radio pernah dianggap sebagai *The fifth estate*, kekuatan kelima setelah surat kabar. Namun dengan perkembangan teknologi saat ini tentunya berdampak besar pada konvensional Radio. Radio sebagai industri penyiaran membutuhkan kreatifitas dan keahlian untuk memenangkan persaingan. Agar radio dapat bertahan, radio harus dapat mengikuti dan memanfaatkan era digital Untuk mempertahankan eksistensinya, terlepas dari masalah teknis seperti jangkauan frekuensi dan usia stasiun radio tersebut. Aset yang paling utama bagi radio adalah para pendengarnya. Pendengar bagi suatu radio merupakan tolak ukur eksistensi radio dan juga program podcats di era digital saat ini merupakan hal utama yang dapat ditawarkan kepada klien – kliennya dalam menawarkan kerjasama iklan radio.

2.7 Digitalisasi Media massa

Menurut Asaniyah (Nur, 2021) definisi digitalisasi yaitu, “suatu proses dalam pergantian media dari bentuk cetak ke dalam bentuk elektronik

Selaras dengan pendapat Marilyn Dengan Mustofa yang Mengartikan bahwa “digitalisasi merupakan proses pengonversian dari Semua bentuk penyajian dokumen cetak atau lainnya ke penyajian dalam bentuk digital”. Dalam hal ini semua dokumen termasuk audio, Video dan lainnya ke dalam bentuk digital untuk meminimalisir risiko(Putra, 2019)

Jadi dari uraian definisi digitalisasi di atas, dapat disimpulkan Bahwa digitalisasi merupakan pergantian media dari konvensional Menjadi bentuk digital, dengan melalui proses pengolahan dokumen Untuk bisa menjadi data digital dengan cara melakukan scan dokumen Terlebih dahulu untuk kemudian dilakukan penyimpanan pada folder Yang tersedia dalam PC/Komputer.

Para ahli memiliki pandangan yang beragam tentang digitalisasi media massa. Berikut adalah beberapa pendapat umum yang disampaikan oleh para ahli mengenai topik ini :

1. Transformasi Industri Media

Para ahli sepakat bahwa digitalisasi telah mentransformasi industri media secara signifikan. Media tradisional harus beradaptasi dengan platform digital, seperti situs web, aplikasi, dan media sosial, untuk tetap relevan dan bersaing di era digital.

2. Perubahan Konsumsi Konten

Digitalisasi media massa telah mengubah cara orang mengonsumsi informasi. Konten sekarang dapat diakses dengan cepat dan mudah melalui perangkat seluler, dan pengguna memiliki kontrol lebih besar atas apa yang mereka baca, tonton, atau dengar. Para ahli mencatat bahwa ini telah menyebabkan fragmentasi audiens dan peningkatan konten on-demand.

3. Model Bisnis Baru

Seiring dengan digitalisasi, model bisnis media massa juga berubah. Banyak perusahaan media beralih ke model berlangganan, pemasaran konten, dan iklan digital untuk mendukung operasi mereka. Para ahli mencatat bahwa model ini memberikan peluang baru tetapi juga tantangan, seperti masalah privasi data dan persaingan yang lebih ketat.

4. Dampak Sosial dan Politik

Para ahli menekankan bahwa digitalisasi media massa memiliki dampak sosial dan politik yang signifikan. Media digital memiliki kemampuan untuk menyebarkan informasi dengan cepat, tetapi juga dapat menyebabkan disinformasi, berita palsu, dan polarisasi. Oleh karena itu, peran media dalam menjaga integritas informasi dan memberikan edukasi kepada masyarakat menjadi lebih penting.

5. Inovasi dan Kolaborasi.

Digitalisasi mendorong inovasi dalam produksi dan distribusi konten. Para ahli menunjukkan bahwa kolaborasi antara berbagai bentuk media (seperti video, podcast, dan teks) telah menghasilkan format konten yang lebih menarik dan interaktif. Selain itu, teknologi seperti kecerdasan buatan (AI) dan analisis data memberikan alat baru untuk memahami audiens dan meningkatkan pengalaman pengguna.

Dengan begitu banyak perubahan yang terjadi akibat digitalisasi media massa, para ahli sepakat bahwa industri media sedang berada dalam masa transisi yang signifikan, dan bagaimana media massa beradaptasi dengan perubahan ini akan menentukan masa depan industri tersebut

2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu terkait konvergensi media lokal yang mengkaji Konvergensi Media Surat Kabar Harian Lokal Jateng Pos, jurnal komunikasi Ahsani Taqwm Aminuddin dan Nurul Hasfi Universitas Diponegoro, Semarang, (2020). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya konvergensi media pada surat kabar harian lokal Jateng Pos di Semarang, Jawa Tengah. Penelitian deskriptif kualitatif ini menggunakan pendekatan studi kasus instrumental tunggal, dimana peneliti mengidentifikasi dan menganalisis satu isu spesifik. Data diperoleh dari hasil wawancara dengan narasumber, buku, artikel, serta literatur terkait lainnya. Dengan menggunakan konsep konvergensi media dari *Siapera dan Veglis*, penelitian ini menunjukkan bahwa Jateng Pos mengadopsi empat tipe konvergensi media yang berkaitan satu sama lain:

1. konvergensi teknologi dengan mengelola media online (jatengpos.co.id) dan hadir di media sosial seperti Instagram, Twitter dan Facebook;
2. konvergensi konten yang mengombinasikan bentuk tulisan, foto dan video

3. konvergensi bisnis, dimana keterhubungan tanpa batas di Internet menambah mitra bisnis (pengiklan) bukan hanya dari Jawa Tengah, tapi seluruh Indonesia; serta
4. konvergensi profesional dengan cara mempersiapkan SDM yang mampu memproduksi dan mendistribusikan berbagai macam konten yang dibutuhkan berdasarkan platformnya

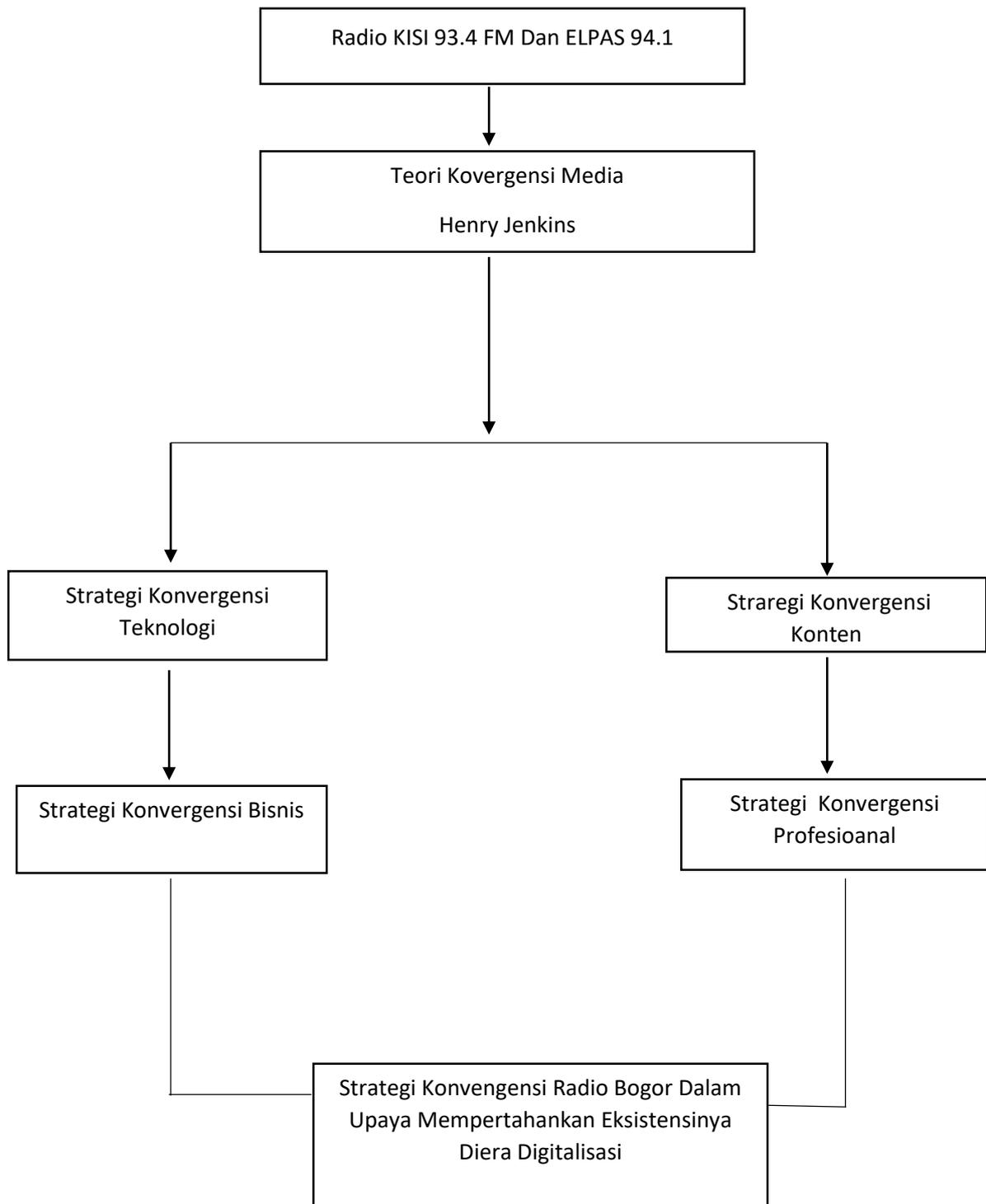
Strategi Konvergensi Radio Sebagai Upaya Perluasan Pasar Audience Dan Iklan (Studi Kasus Pada Swaragama Fm (101,7 FM), Geronimo Fm (106,1 Fm), Dan Prambors Radio (102,2 FM/95,8 FM). Jurnal Komunikasi dari Anindita Trinoviana, yang merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta(2021). Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Strategi Konvergensi Radio Sebagai Upaya Perluasan Pasar Audience dan Iklan (Studi Kasus Pada Swaragama Fm (101.7 Fm), Geronimo Fm (106.1 Fm), Dan Prambors Radio (102.2 FM/95.8 FM)). Penelitian yang Dilakukan Anindita menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan teori Konvergensi media dengan hasil Penelitian ketiga radio melakukan strategi konvergensi dengan Memanfaatkan teknologi terkini untuk memperluas khalayak seperti Pomosi, *branding*, *positioning* dan *riset*, juga dengan menawarkan iklan.

Evaluasi Penerapan Konvergensi Radio. Jurnal Studi Komunikasi dari Nur Aini Shofiyah Asy'ari dan Nurhana Marantika mahasiswa Universitas Darussalam Gontor (2019). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana pengaruh konvergensi pada listenership (kependengaran), dan Sekaligus melakukan evaluasi pelaksanaan konvergensi radio-radio di Ponorogo. Dengan menggunakan metode *survey*, peneliti menyebarkan kuesioner pada 267 Penelitian yang dilakukan keduanya menggunakan metode survey dengan menyebarkan kuesioner pada 267 responden di Ponorogo untuk menilai tren kependengaran masyarakat dengan menggunakan teori dengan Sumber kehidupan kedua media ini dianalisis menggunakan *Teori Niche*, yaitu *capital*, *types of content*, dan *types of audience* dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa berbagai radio di Ponorogo Telah melakukan konvergensi dengan melauai platform new media, Seperti radio dan video streaming, youtube, dan media sosial.

Eksistensi Radio Maja FM Mojokerto Melalui Konvergensi Media dan *Participatory Media Culture* dari Muhammad Sartono Baktiar Universitas Airlangga, Surabaya (2022). Tujuan penelitian untuk mengetahui strategi yang dilakukan Maja FM dalam konvergensi media Sebagai upaya menjaga eksistensi di era digital saat ini.ddngan menggunakan metode Penelitian deskriptif kualitatif digunakan agar gambaran Mengenai strategi dan kondisi tertentu dapat dijelaskan dengan rinci. Observasi dan penggunaan data sekunder Menjadi dasar pelaksanaan penelitian untuk mendukung analisis permasalahan. Menggunakan Teori konvergensi media menurut Henry Jenkins merupakan bentuk dari perubahan Teknologi dengan memanfaatkan media yang berbeda dalam satu tujuan dan waktu yang Bersamaan. Perubahan tersebut ditandai dengan perubahan penerapan teknologi informasi dan Komunikasi yang memiliki dampak pada pola pesan, konsumsi media, interaksi dan proses Pembelajaran Maja FM juga beradaptasi di dalam perkembangan zaman dengan Melakukan konvergensi media. Dan Hasil penelitian ini Menunjukkan bahwa Maja FM telah melakukan konvergensi media dengan tiga strategi yaitu multimedia (varisai Konten), multichannel (pilihan saluran), dan multiplatform (berbagai perangkat). Proses produksi informasi juga

Berubah dari penggunaan surat kabar dan wartawan menjadi komputer dan internet. Selain itu, masyarakat dapat Berpartisipasi dalam menanggapi atau memberikan informasi. Manajemen radio diuntungkan dengan pemasaran Digital melalui media sosial. Pemasaran tersebut menjadi hasil konvergensi media untuk mendukung eksistensi Radio, loyalitas audiens dan kerja sama.

2.9 Alur Berfikir



2.10 Definisi Konsep

Adapun definisi konsep berdasarkan alur berpikir diatas yakni :

1. Radio merupakan radio merupakan salah satu media massa yang disukai oleh masyarakat Indonesia untuk mendapatkan hiburan maupun informasi. Selain itu, radio yang mempunyai karakteristik akrab, membuat pendengar merasa informasi dan hiburan yang diterima lebih spesifik. Oleh karena itu, radio tetap ada meskipun telah hadir media baru, internet. Bahkan, Nielsen Radio Audience Measurement mencatat pendengar radio masih menempati angka 38%, hal tersebut menunjukkan bahwa radio masih memiliki pendengar setia. Pendengar radio rata-rata mendengarkan melalui telepon genggam, walaupun pengguna media baru memiliki angka lebih tinggi, yakni 40% (Bantilan et al., 2018)
2. Teori Konvergensi Media menurut Henry Jenkins (Audinovic, 2021), adalah menjelaskan bahwa konvergensi media adalah aliran konten di beberapa platform media,.
3. Berikut 4 tipe strategi konvergensi media (Aminnuddin, 2020)
 - a) **Teknologi**, dimana radio bogor yaitu Kisi fm dan elpas . memiliki beberapa media yaitu media website, berupa radio steaming yaitu www.kisi.com dan www.elpas.con juga hadir di media sosial seperti intagram,tiktok,youtube danFacebook untuk menjawab tantangan jaman. Konvergensi teknologi ini kemudian berhubungan pada konvergensi konten, dimana Selanjutnya, dengan pertimbangan bahwa khalayak saat ini lebih senang mengakses berita melalui foto dan video, pihak kisi fm dan elpas lebih fokus memproduksi berita dengan memperbanyak foto, dan ke depannya akan mulai memproduksi berita berupa audio visual dengan tidak mengesampingkan profesionalitas.
 - b) **Bisnis** yang dilakukan radio melalui media daring seperti web streaming dan media sosial telah mempengaruhi radio dari segi pendengar dan pemasangan iklan,serta bentuk kerja sama melalui event dan music steaming yang sekarang dijalankan oleh radio kisi dan elpas. Dari segi pendengar radio, mereka mendapatkan perluasan wilayah pendengar , seperti kisi fm merasakan mendapatkan feedback lebih cepat dari pendengar, dengan adanya media online yang digunakan, radio bogor seperti kisi fm dan elpas merasa dapat membuat image semakin kuat dan meluas. Dari segi pemasang iklan.
 - c) **Konten** adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Sedangkan multimedia adalah perpaduan berbagai macam media atau format file berbentuk teks, gambar, grafik, audio, video, dan animasi yang telah dikemas menjadi file digital. Secara keseluruhan, konten *multimedia* diartikan sebagai segala informasi berbentuk teks, gambar, audio, hingga video yang tersedia dalam sebuah media atau produk elektronik. Dalam konvergensi media, konten multimedia merupakan salah satu dimensi yang paling penting. Hal ini lantaran konten merupakan komoditi yang didistribusi dan dikonsumsi dalam berbagai *platform* yang digunakan dalam proses konvergensi media.Dulu, sebelum media sosial dan website digunakan, konten dari radio adalah berupa audio yang hanya bisa didengarkan. Namun, sekarang, kisi dan elpas juga telah memproduksi banyak konten multimedia, yakni konten berbentuk teks, gambar, danvideo.

Konten multimedia saat ini seolah telah menjadi komoditi pokok yang harus diproduksi berdampingan dengan produk siaran. Radio yang dulunya hanya fokus membuat program siaran kini berlomba-lomba memproduksi konten multimedia yang menarik untuk diunggah di media sosialnya. Hal ini lantaran konten multimedia menjadi komoditi utama yang mengisi masing-masing platform media sosial.

Kisi fm dan Elpas sendiri rutin memproduksi konten untuk diunggah di media sosial miliknya, yakni Facebook, Twitter, dan Instagram. Pengunggahan konten tersebut telah disesuaikan dengan karakteristik dari masing-masing platform, misalnya konten gambar bisa diunggah di ketiga platform, sedangkan konten video hanya diunggah di Instagram. Selain di media sosial, Kisi dm dan elpas juga memproduksi konten untuk diunggah di situs website. Selain menautkan link live streaming, situs website radio kisi dan elpas juga memiliki banyak kolom berisi konten-konten informatif yang bisa diakses oleh pendengar sembari mendengarkan radio melalui live streaming. Kolom-kolom tersebut tentu harus diisi dengan konten yang sesuai dengan format kolom, misalnya kolom berita film akan diisi dengan informasi seputar film, dan masih banyak lagi.

- d) **Profesional**, yang dalam penelitian ini melihat proses station manager, program director, penyiar beserta karyawan lain dari kisi fm dan elpas beradaptasi dengan teknologi yang berkembang, sehingga membutuhkan keterampilan profesional baru dan sarana media yang juga diperbaharui. Dalam proses produksi siaran yang akan ditampilkan dalam situs online kisi fm dan elpas, station manager, program director, penyiar beserta para staf (editor) dituntut untuk bisa menyiarkan berbagai berita selain itu juga dapat menarik audien untuk mendengarkannya serta dapat memproduksi konten-konten yang akan di posting di media social.
4. Kesimpulan Dalam penggambaran skema gambar diatas dapat dijelaskan bahwa strategi Konvergensi radio bogor dalam mempertahankan eksistensi ,terdapat meliputi 4 elemen seperti teknologi ,bisnis,konten, dan profesional yang dikemukakan oleh henry Jenkins dalam teorinya. Berdasarkan hasil pembahasan penelitian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa eksistensi Radio bogor dapat dipertahankan dengan melakukan strategi konvergensi media. Pelaksanaan konvergensi didukung dengan pemanfaatan jaringan internet dan empat konsep keberagaman konvergensi. teknologi, bisnis, konten dan profesional yang memberikan beragam bentuk informasi untuk menarik minat audiens. Berbagai pilihan saluran seperti website, sosial media maupun aplikasi juga dapat diakses masyarakat luas. saluran tersebut dapat diakses melalui berbagai jenis perangkat yang dimiliki seperti radio, komputer, laptop, tablet atau handphone. Proses produksi informasi juga berubah menyesuaikan perkembangan teknologi. Awalnya, informasi yang disampaikan dalam siaran radio berasal dari berita surat kabar atau wartawan secara langsung. Namun, saat ini berita yang disampaikan dan disajikan dapat diakses secara luas dan bebas melalui perangkat komputer berbasis internet. Peluang ekonomi juga tercipta melalui jangkauan media sosial dari stasiun radio yang ada. Hal ini dapat menjadi bisnis pemasaran digital yang dapat dimanfaatkan manajemen radio. Dalam budaya partisipasi media

menampilkan bahwa radio bogor telah mengedepankan keterlibatan masyarakat dalam merespon informasi. Masyarakat diberikan ruang untuk berkomentar atau memberi informasi sebagai indikator aksesibilitas dan jangkauan media. Keterangan yang diberikan masyarakat terkait suatu peristiwa yang terjadi menempatkan peran konsumen sekaligus produsen informasi. Dari kesimpulan tersebut, adapun saran yang dapat diberikan peneliti dalam mempertahankan eksistensi radio. Manajemen Radio radio bogor harus meningkatkan kualitas dan kuantitas konten yang ditampilkan dalam berbagai saluran yang ada. Kecepatan, kebenaran dan konsistensi menjadi kunci utama dalam menyajikan informasi bagi masyarakat luas. Tampilan dan format yang menarik dapat mendorong minat audiens untuk tetap berkontribusi dalam mengakses dan menanggapi informasi. Selain itu, peningkatan kemampuan tim juga perlu diperhatikan dalam memaksimalkan semua saluran yang tersedia. Hal ini bertujuan agar loyalitas dan aksesibilitas audiens tetap terjaga dengan baik.

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konvergensi radio kisi dan elpas dalam upaya mempertahankan eksistensi di era digitalisasi, Penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus yang diartikan sebagai metode atau strategi dalam penelitian untuk mengungkap kasus tertentu. Data yang diperoleh menggunakan metode observasi, wawancara mendalam serta dokumentasi.

Dengan menggunakan konsep konvergensi media dari Henry Jenkins, penelitian ini menunjukkan bahwa radio kisi fm dan elpas mengadopsi empat tipe konvergensi media yang berkaitan satu sama lain: a) konvergensi teknologi dengan mengelola media online (kisifm.com dan elpas.com) dan hadir di media sosial seperti Instagram dan Facebook; b) konvergensi konten yang mengombinasikan bentuk tulisan, foto dan video menjadi konten; c) konvergensi bisnis, dimana keterhubungan tanpa batas di Internet menambah mitra bisnis (pengiklan) serta d) konvergensi profesional dengan cara mempersiapkan SDM yang mampu memproduksi dan mendistribusikan berbagai macam konten yang dibutuhkan berdasarkan platformnya.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Pembahasan dari penelitian ini Strategi Konvergensi Radio Bogor Dalam Upaya Mempertahankan Eksistensinya di Era Digitalisasi. Peneliti akan melakukan penelitian di salah satu radio bogor yaitu KISI 93.4 FM dan ELPAS 94.1 FM yang berlokasi di Rumah Sakit Sentra Medika Cibinong Jl. Raya Mayor Oking Jaya Atmaja No.9 Kabupaten Bogor, (Radio Kisi fm) dan di studio penyiaran radio ELPAS 94.1 FM Bogor, Jalan KH. TB. Muhammad Falak Ruko A7 Loji Kota Bogor (Radio Elpas). Alasan peneliti melakukan penelitian di sana karna kedua radio tersebut memiliki daya Tarik pendengar yang cukup tinggi. Waktu penelitian ini dilakukan dari bulan April hingga juli 2024 hingga mendapatkan data yang akurat.

3.3 Subjek dan Objek Penelitian

3.3.1 Subjek Penelitian

Pada penelitian kualitatif dibutuhkan informan dalam memberikan berbagai informasi yang diperlukan selama proses penelitian. Informan ini menjadi kunci dalam memberikan informasi-informasi secara detail dan informan ini biasanya ditentukan dengan dasar pertimbangan untuk mengetahui dan berhubungan dengan permasalahan. Subjek dalam penelitian ini adalah station manager, program director dan penyiar, yang akan memberikan informasi bagaimana strategi konvergensi radio bogor dalam upaya mempertahankan eksistensi di era digitalisasi.

1. Dhani Ramdani Selaku Station Manager Beliau sebagai Key Informan karena menjadi station manager di Radio Kisi fm dan sudah memegang program-

program radio Kisi FM seperti Bogor in the morning, Afternoon Delight dan Music By Request.

2. Rendi Almonrista , Program director dan penyiar Radio Kisi 94.3 FM pada Program Bogor In The Morning sebagai Key informan karena beliau juga merupakan seorang penyiar di Radio Kisi FM dan memegang program-program unggulan yang beranda di Kisi FM.
3. Deirapuradiredja , Selaku penyiar pada program Afternoon Delight sebagai Key informan karena beliau juga merupakan seorang penyiar di Radio Kisi 93.4 FM.
4. Lidya Murni selaku Station manager Radio Elpas sebagai key informan
5. Wanda Adi Permana selaku Program Director Radio elpas yang merupakan salah satu key informan Radio Elpas.
6. Aneztasya selaku Penyiar pada program refresh Sebagai Informan key Radio elpas.
7. Ripal Selaku penyiar radio tegar beriman sebagai Informan Tringulasi perbandingan dengan radio kisi fm dan elpas

3.3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian digunakan untuk mendapatkan data sesuai tujuan dan kegunaan tertentu, jika penentuan objek penelitian tidak mendukung judul dan data penelitian maka menjadi kendala besar dan akan memengaruhi hasil penelitian tersebut. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah perusahaan radio swasta di bogor yaitu Kisi 93.4 FM dan Elpas 94.1 FM.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data merujuk pada asal data penelitian diperoleh dan dikumpulkan oleh peneliti. Dalam menjawab permasalahan penelitian, kemungkinan dibutuhkan satu atau lebih sumber data, hal ini sangat tergantung kebutuhan dan kecukupan data untuk menjawab pertanyaan penelitian. Sumber data ini akan menentukan jenis data yang diperoleh, apakah termasuk data primer atau data sekunder.

3.4.1 Data Primer

Menurut menurut Husein Umar data Primer (Sugiyono, 2019) adalah data yang dikumpulkan langsung di lapangan oleh peneliti dari orang yang bersangkutan. dan didapat dari hasil wawancara atau pengisian kuesioner oleh responden, Data penelitian yang diperoleh lapangan dengan wawancara penulis dengan *station* manager, program director dan Penyiar.

3.4.2 Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini berasal dari wawancara mendalam, buku - buku referensi tentang semiotika, artikel, jurnal, penelitian terdahulu, situs internet, yang berhubungan dengan objek penelitian ini. Data sekunder dalam penelitian ini adalah dokumen - dokumen yang ada di radio KISI 93.4 dan ELPAS 94.1 dan Strategi konvergensi apa yang digunakan oleh 2 radio ini.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik-teknik yang sering digunakan untuk penelitian, yaitu observasi, wawancara, analisis isi, kepustakaan, serta teknik teknik proyektif. Dalam pengumpulan dan penggalan data di lapangan, tiap-tiap teknik memiliki tingkat keakuratan dan kekuatan serta kelemahan yang berbeda-beda(Sugiyono (2017:9), 2016)

3.5.1 Observasi

Metode ini untuk memperkuat penelitian, yang bertujuan untuk memberikan bukti – bukti yang berupa foto, rekaman, draf wawancara dan yang lain sebagainya. Dokumentasi dilakukan dengan mencari data-data yang berkaitan dengan Strategi konvergensi radio bogor yaitu radio Kisi fm dan Elpas dalam upaya mempertahankan eksistensi di era digitalisasi.

3.5.2 Wawancara Mendalam

Menurut Sugiyono mengemukakan bahwa wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil.Pada penelitian kali ini peneliti bertemu langsung dengan Program Director dan Station Manager serta penyiar Program di KISI FM 93.4 dan ELPAS 94.1 FM untuk mengetahui lebih lanjut mengenai strategi Konvergensi yang di lakukan Kisi Fm Bogor dan ELPAS 9.41 FM dengan beberapa pertanyaan yang dijawab langsung oleh narasumber.

3.5.3 Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu cara mengumpulkan data dengan cara mencatat data yang sudah tersedia sebelumnya. Teknik pengumpulan data melalui dokumentasi yaitu pengambilan data yang didapat melalui dokumen yang telah tersedia. dokumentasi dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi data guna mendukung analisis dan interpretasi data, misalnya; web, majalah, buku, artikel, gambar dan rekaman audio.

1. Reduksi Data

Pada tahap ini, peneliti melibatkan langkah-langkah editing, pengelompokan, dan meringkas data, dengan menyusun kode-kode dan catatan-catatan (memo) mengenai data dilapangan. Kemudian peneliti harus mampu menyusun data atau menyeleksi masing-masing data yang relevan dengan fokus masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini peneliti menyajikan reduksi data dalam bentuk data wawancara informan (terlampir) yang telah disaring sesuai dengan lingkup bahasan penelitian yaitu bagaimana strategi konvergensi radio bogor dalam upaya mempertahankan eksistesisnya di Era digitalisasi,salah satu objeknya yaitu radio Kisi fm 93.4 FM dan ELPAS 94.1 FM.

2. Melaksanakan Display Data atau Penyajian Data

Tahap ini merupakan tahap untuk penyajian data. Data hasil dari lapangan yang sangat banyak, tidak mungkin dipaparkan semuanya Oleh karena itu, dalam

penyajian data peneliti dapat di analisis oleh peneliti untuk disusun secara sistematis, atau simultan sehingga data yang diperoleh dapat menjelaskan atau menjawab masalah yang diteliti.

Pada uraian tersebut penelitian memaparkan hasil wawancara antara station manager, penyiar dan pendengar Kisi FM dan Elpas dan juga melakukan hasil observasi dan dokumentasi, yang kemudian data nya di sajikan dalam bentuk teks.

3. Penarikan dan Pengujian Kesimpulan

Mengambil kesimpulan merupakan analisis lanjutan dari reduksi data, dan display data sehingga data dapat disimpulkan, dan peneliti masih berpeluang untuk menerima masukan. Didapat kesimpulan sementara yang dapat diuji kembali di lapangan. Setelah hasil penelitian telah diuji kebenarannya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan dalam bentuk deskriptif sebagai laporan penelitian.

3.6 Validasi dan Teknik Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi, uji kredibilitas data, uji transferability, uji dependability, dan uji confirmability. Dalam penelitian ini digunakan uji kredibilitas data untuk menguji keabsahan data. Uji kredibilitas data dilakukan dengan triangulasi. Menurut Wiliam Wiersma (Rijali, 2018) Triangulasi data diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu.

- 1) Triangulasi Sumber Pengecekan data yang telah diperoleh melalui berbagai sumber.
- 2) Triangulasi Teknik Pengecekan data yang dilakukan kepada data yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data yang diperoleh dari wawancara dicek dengan observasi, dokumentasi atau kuisisioner.
- 3) Triangulasi Waktu Pengecekan data dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda.

Dalam penelitian ini pengecekan data dilakukan dengan cara triangulasi sumber, mengecek data yang diperoleh dari beberapa sumber seperti wawancara dan observasi.

Triangulasi sumber adalah proses pengujian untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber data. Data dari berbagai sumber bisa dideskripsikan, dikategorikan, mana padangan yang sama, mana yang berbeda dan mana yang spesifik dari sumber-sumber data itu, dan tidak bisa dirata-ratakan. Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai sumber preolehan data, misalnya, melalui sumber data wawancara dari informan, peneliti menggunakan pula observasi terlibat bersama informan lain, dan informan lainnya lagi memberikan data dokumen tertulis arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, atau tulisan pribadi dan gambar atau foto.

Peneliti akan melakukan Triangulasi ke Radio Kota yaitu Elpas 94.1 Fm yang beralamat di Jl. KH. TB Muhammad Falak Ruko A7, Loji, Bogor 1611 untuk membandingkan data yang akan diambil di Radio Kisi FM dan menemukan

apakah ada persamaan satu sama lain dari Strategi Konvergensi Radio kisi fm dan elpas Dalam Upaya Mempertahankan Eksistensinya di Era Digitalisasi .Karena kedua LPP ini merupakan Radio yang ada di Bogor dan dan pasti pada sebuah LPP dimanapun mereka pasti memiliki strategi yang digunakan untuk mempertahankan kualitas mereka di era digitalisasi ini. Karena itulah tujuan dari tringulasi dengan membandingkan kedua LPP tersebut apakah mereka melaksanakan strategi Konvergensi yang diterapkan oleh Henry Jenkins atau sebaliknya.

BAB 4

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambar Umum Radio KISI FM 93.4 FM

a) Profil perusahaan Radio KISI FM 93.4 FM

Radio Kisi fm merupakan salah satu stasiun radio di Kota Bogor yang berdiri Sejak tahun 1972. Kisi FM memiliki frekuensi siaran 93.4 FM. KISI FM Memosisikan diri sebagai radio anak muda dengan klasifikasi AB. KISI FM Senantiasa memberikan informasi terkini bagi pendengarnya, meliputi informasi, Musik, dan film sekaligus gosip-gosip terbaru berita seputar gaya hidup dan Pengetahuan ilmiah populer yang terkait dengan kehidupan anak muda. *On Air Crew* Kisi FM adalah generasi yang aktif, dinamis juga energik, berjiwa muda dan bebas. Pendengar KISI 93. 4 FM mayoritas merupakan anak muda yang berada di Klasifikasi AB yaitu kelas menengah atas usia 15-25 tahun dengan pendengar pria (57,7%) dan wanita (42,3%) yang aktif, dinamis, percaya diri, berpandangan luas, Menyukai tantangan, dan mudah beradaptasi. Dengan radius jangkauan 100 km, daya Jangkau area siaran Radio KISI 93. 4 FM juga dapat memungkinkan untuk diikuti Oleh pendengar di wilayah sekitar Jakarta, Tangerang, dan Bekasi. Sehingga Pendengar KISI juga tersebar di wilayah Jabodetabek.

PT. Radio Kancah Irama Suara Indonesia yang lebih dikenal dengan nama KISI Didirikan pada tahun 1972 dengan nama Radio Arimbi 13, 14 AM. Dalam kurun Waktu setahun, dari tahun 1973-1974 nama Radio Arimbi diganti dengan nama Radio *Victory* 13, 14 AM dengan format “*All Around*” (semua format program acara Kecuali format dangdut). Mulai tahun 1974-1988 *Radio Victory* mengalami Perubahan nama kembali menjadi Gema Tembang *Victory* sesuai dengan perubahan format yang berbeda dari sebelumnya, yaitu menjadi format anak muda/remaja. Barulah pada tanggal 25 Februari 1984 berubah nama kembali menjadi PT. Radio Kancah Irama Suara Indonesia .

Kisi FM merupakan radio Sentra Medika Group yang merupakan radio kesehatan pertama di Indonesia tapi semenjak pandemi covid -19 kini berganti nama Radio musik semua Hits Selamat mendengarkan kisi fm, di radio Kisi fm banyak sekali masukan yang sangat bermanfaat dan berguna serta membantu pendengar kisi fm untuk mendapatkan informasi seputar kesehatan dan informasi seputar Bogor serta hiburan musik.

b) Profil perusahaan Radio Elpas 94.1 FM

PT. Radio Swara Irama Kusumasena atau lebih dikenal radio elpas fm adalah stasiun radio swasta di kota Bogor yang telah berdiri dan mengudara sejak tahun 1971. Menghadirkan program siaran yang secara umum berupa Informasi, hiburan, talkshow, edukasi dan inspirasi.

Dalam siaran On Air radio ELPAS FM Bogor menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Sunda. Sesuai dengan moto atau slogan yang diambil yaitu radionya orang Bogor, maka program radio mengutamakan materi siaran kearifan lokal. Menyajikan hiburan musik pop Indonesia, lagu-lagu dangdut, serta lagu- lagu Sunda.

Dalam proses perjalanan dari awal berdirinya telah melalui beberapa kali perubahan frekuensi yang digunakan. Radio ini pada awalnya mengudara pada jalur frekuensi AM 1170 Khz, kemudian pada tahun 2007 beralih ke frekuensi FM 103.6 Mhz. Setelah 9 tahun kemudian yaitu pada 10 Desember 2016 menempati frekuensi FM 101.2 Mhz, dan 14 Februari 2019 menempati frekuensi FM 94.1 Mhz hingga sekarang, dengan coverage area kota dan kabupaten Bogor. Berikut Profil PT. Radio Swara Irama Kusumasena.

Radio Elpas merupakan salah satu radio favorit serta kebanggaan warga Bogor, terlihat dengan tagline yang digunakan oleh stasiun radio tersebut yaitu “Radionya Orang Bogor!”, radio ini memiliki dua jenis program yaitu program weekday dan program weekend. Program siaran yang tayang di weekday adalah Mutiara Hati, PAS Pagi, Asoy Geboy, Tatali Asih, 14:17, Zona Nyaman, dan Goyang Senggol. Sedangkan untuk program siaran weekend adalah PAS Pagi, Dangdut Fresh, Music Hits, Dangdut Weekend, dan Refresh.

Tabel 4. 1 Profile Elpas FM

1	Nama Perusahaan	PT. Radio Swara Irama KusumaSena
2	Nama Di Udara	Elpas FM
3	Berdiri Resmi	31 Agustus 1971
4	Direktur Utama	Lidya Murni
5	Tagline Radio	Radionya Orang Bogor
6	Anggota PRSSNI	040-I/1971
7	Call Sign	PM 3 BGP
8	Radius Siar	Efektif 30 Km (Bogor Kota & Kabupaten), Bias 30 - 35 Km (Bogor Kota & Kabupaten)
9	Waktu Siar/Hari	19 jam
10	Format Radio	Musik & Informasi
11	Format Musik	60% Dangdut, 30% Pop Indonesia, 10% Etnik
12	SES	B-C-D-E
13	Alamat	Jln. Darul Qur'an Ruko A7, Loji, Bogor 16117 Jawa Barat
14	Telephone Fax	0251-8327233
15.	E-mail	elpas1036fm@yahoo.com marketing@elpasfm.com
16	Website	www.elpasfm.com

Latar belakang radio ELPAS FM berdiri yakni didasari kepeduliannya terhadap budaya dan kesenian yang ada, dengan menitikberatkan pada budaya sunda dan nilai-nilai agama kepada orang-orang dewasa dan generasi muda sebagai harapan bangsa. Tujuannya agar tidak lupa pada akar dari nilai-nilai hidup pada dirinya. Maka kehadiran radio ELPAS FM diharapkan dapat memberikan wadah dan penyampai informasi kepada masyarakat dengan memberikan format baru dalam bersiaran. Meski teknologi berkembang pesat, dan masyarakat mulai meninggalkan radio. Radio ELPAS FM tetap eksis untuk menyuguhkan informasi yang menjadi kebutuhan masyarakat. Pusat perhatian utamanya yakni program yang menonjolkan budaya tradisional yang saat ini semakin banyak ditinggalkan oleh banyak

masyarakat yang telah terpengaruh budaya luar. Radio ELPAS FM berdedikasi untuk memberikan informasi yang menghibur dan juga mendidik.

Didirikannya radio elpas fm juga memberikan wadah atau ruang bagi masyarakat usia dewasa untuk menggunakan waktunya secara maksimal dan positif untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Hal tersebut menunjang aktivitas sehari-hari serta berperan dalam mencerdaskan kehidupan bangsa dalam keadaan menghibur dan santai. Tujuan dari pendirian PT. Radio Swara Irama Kusumasena adalah untuk melakukan kegiatan ekonomi sebagai usaha yang bergerak dalam bidang jasa penyiaran radio yang tujuannya adalah sebagai berikut :

Menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat kota dan kabupaten Bogor.

1. Menjaring pendengar di segmentasi menengah ke bawah di kota dan kabupaten Bogor.
2. Menjaring potensi iklan lokal dan nasional yang berada di kota dan kabupaten Bogor.
3. Menjadikan radio siaran sebagai sarana informasi, komunikasi dan silaturahmi bagi warga kota dan kabupaten Bogor.
4. menjadikan radio siaran sebagai media bagi pemerintah kota dan kabupaten Bogor, sebagai upaya penyebaran informasi pembangunan kepada khalayak ramai.
5. Menjadikan radio siaran sebagai sosial kontrol terhadap aktifitas pemerintah dan warga kota serta kabupaten Bogor.
6. Menjadikan radio siaran sebagai sarana promosi dan hiburan bagi warga kota dan kabupaten Bogor

4.1.1 Logo Radio Kisi 93.4 FM dan Elpas 9.41 FM

a) Logo Radio Kisi 93.4 FM

Kisi fm logo merupakan sebuah lambang untuk sebuah organisasi atau instansi, produk maupun yang lainnya. Kegunaan dari logo ini sebagai identitas dari sebuah prganisasi atau instansi dan memiliki sebuah arti tertentu didalamnya dengistujah agar diingat atau dikenal oleh masyarakat. Radio Kisi 93.4 FM dalam menjalankan visi dan misinya juga memiliki logo perusahaan yang berfungsi sebagai ciri atau simbol.



Gambar 4. 1 Logo KISI 93.4 FM
Sumber : <https://www.kisifm.com/>, 2023

Logo Radio Kisi 93.4 FM merupakan Radio kesehatan yang beralih fungsi ke Radio anak muda dan Radio Kisi FM adalah Radio do Kabupaten Bogor dapat ditunjukkan pada gambar.

b) Logo Radio Elpas 94.1 FM

Identitas suatu perusahaan merupakan salah satu cerminan dari visi dan misi suatu perusahaan yang divisualisasikan dalam logo perusahaan tersebut. Logo juga merupakan suatu hal yang nyata sebagai cerminan yang bersifat nonvisual dari suatu perusahaan.



Gambar 4. 2 Logo Radio Elpas FM

(Sumber : Company Profile ELPAS FM 2019)

4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Kisi FM Bogor dan Elpas

a) Visi, Misi dan Tujuan Kisi FM Bogor

1. Visi

Menjadikan radio yang memiliki ciri aktif, dinamis juga energik, berjiwa muda Dan bebas dan Menjadikan Radio KISI FM radio anak muda yang mendapatkan Perhatian dan menjadi no.1 di kota Bogor.

2. Misi

Menghadirkan program-program yang sesuai dan disenangi oleh anak muda atau Target audience dengan memberikan informasi terkini, meliputi informasi Tentang musik, berita seputar gaya hidup dan pengetahuan ilmiah populer yang Terkait dengan kehidupan anak muda.

3. Tujuan

Sebagai wahana penyampaian informasi dan hiburan. Informasi yang disajikan Radio bentuknya antara lain berupa berita peristiwa (internasional, nasional, dan Lokal), berita ekonomi, berita lalu lintas, berita cuaca, berita hiburan, berbagai Bentuk tips praktis, dan talkshow.

b) Visi dan Misi Radio Elpas

1. Visi Radio Elpas

Menjadi media panutan yang dibutuhkan oleh pemerintah dan masyarakat di kota dan kabupaten Bogor

2. Misi Radio Elpas

1. Membangun ketergantungan pihak pemeruntah setempat untuk menyebarkan infoemasi melalui media radio
2. Menjadikan media radio sebagai sarana promosi pertama di wilayah kota dan kabupaten Bogor
3. Memberikan pelayanan yang professional kepada pengiklan untuk terciptanya kepuasan mitra kerja

4. Memberikan pelayanan kepada pendengar secara professional dengan pendekatan humanis dan kekeluargaan, karena disadari pendengar sebagai asset dan target pengiklan
5. Memberikan pelayanan kepada terciptanya kesejahteraan karyawan

4.1.3 Kegiatan Operasional Perusahaan Radio Kisi FM dan Elpas

a) Kegiatan operasional Radio KISI FM Bogor

Kegiatan operasional Radio KISI FM Bogor meliputi program-program radio yang disiarkan setiap hari bagi para pendengar “Heathly people”. Sebuah Program Siaran Radio KISI FM Bogor berdurasi 1-4 jam. Program siaran Radio KISI FM dibagi menjadi 3, yaitu regular program special program dan regular off air event.

Regular program merupakan program acara yang disiarkan rutin setiap hari dan menjadi program acara tetap di radio. Regular program di KISI FM Bogor meliputi Bogor In The Morning, Afternoon delight dan Kisi Music Reques pada program Bogor In The Morning dan Afternoon Delight penyiar melakukan proses siaran yang memberikan penyampaian informasi yang update dan menyajikan berbagai lagu yang hits di kalangan anak muda. Pada program kisi music Request penyiar melakukan proses siaran yang menyediakan para pendengar yaitu “Heathly people” bisa melakukan request dari lagu Indonesia yang hits di kalangan anak muda hingga mancanegara.

b) Kegiatan operasional Radio Elpas

Radio Elpas FM adalah sebuah stasiun radio swasta di kota bogor. Dengan bahasa dan gaya khas di tunjang sajian digital sound untuk memberi kepuasan tersendiri bagi penikmat musik, Elpas FM mencakup wilayah siaran kota dan kabupaten Bogor. Elpas FM mengusung acara musik dengan genre Dangdut, Pop dan Etnik yang sangat merakyat. Berikut merupakan kegiatan operasional pada radio Elpas FM, sebagai berikut:

Siaran, elpas fm memulai siarannya dari jam 05.30 sampai dengan 00.00 setiap harinya dari Senin - Minggu. Elpas FM memiliki beberapa program yang berbeda sesuai dengan jam siarannya. Berikut program - program yang dimiliki radio Elpas FM, yaitu:

Weekdays

1. Mutiara Hati 05.30 – 06.00 WIB
2. PAS Pagi 06.00 – 09.00 WIB
3. Asoy Geboy 09.00 – 12.00 WIB
4. Tatali Asih 12.00 – 14.00 WIB
5. Zona Nyaman 17.00 – 20.00 WIB
6. Goyang Senggol 20.00 – 00.00 WIB

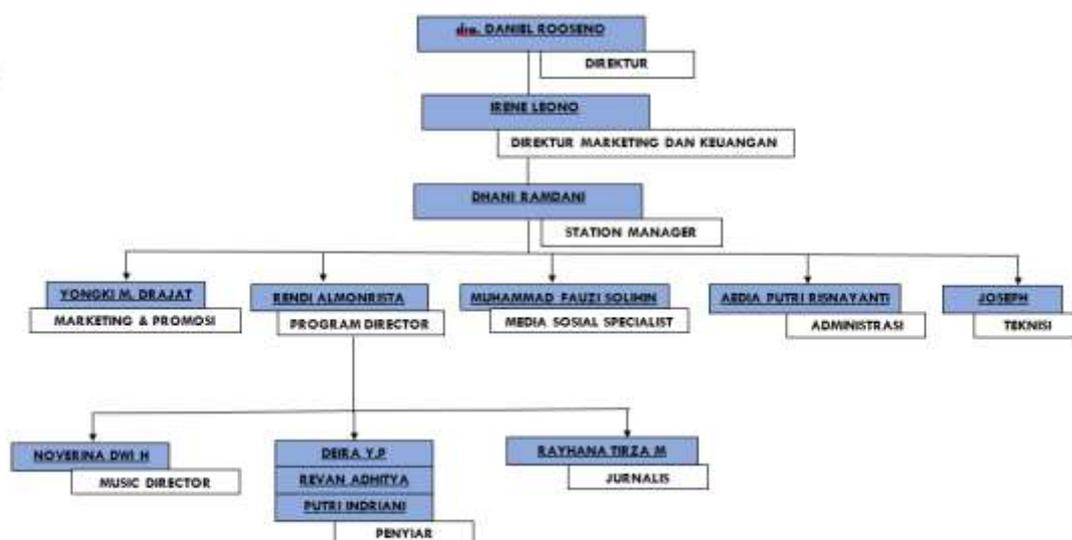
Weekend

1. Mutiara Hati 05.30 – 06.00 WIB
2. Dangdut Fresh 06.00 – 10.00 WIB
3. Musik Hits 10.00 – 14.00 WIB
4. Dangdut Weekend 14.00 – 18.00 WIB
5. Refresh 18.00 – 22.00 WIB.

- a. **Quiz**, dalam beberapa program radio Elpas FM, penyiar selalu mengadakan quiz berupa teka-teki silang yang disponsori oleh Madu Pahit Prima Herbal. Penyiar akan memberikan pertanyaan quiz dan sebanyak 5 pendengar akan mencoba menelepon untuk menjawabnya, bila ada pendengar yang berhasil menjawab dengan benar, maka ia menjadi pemenang dan mendapatkan hadiah uang tunai.
- b. **Membacakan pesan / menerima telepon**, Radio Elpas FM selalu berinteraksi bersama pendengarnya dengan membacakan pesan yang dikirim oleh para pendengar melalui platform – platform media sosial radio Elpas FM. Pendengar sering mengirimkan pantun untuk dibacakan oleh para penyiar radio Elpas FM lalu, ada pula pendengar yang menelepon langsung untuk meminta penyiar memutar lagu pilihan sang pendengar .

4.1.4 Struktur Organisasi dan Deskripsi Pembagian Kerja Radio KISI FM dan Elpas

a) Struktur Organisasi dan Deskripsi Pembagian Kerja Radio KISI



Gambar 4. 3 Struktur Organisasi Radio KISI 93.4 FM

Sumber : KISI 93.4 FM, 2023

Deskripsi Pembagian Kerja KISI FM Bogor

1) Direktur Utama

Direktur utama adalah orang yang berwenang merumuskan dan menetapkan suatu kebijaksanaan dan program umum Perusahaan, atau organisasi sesuai dengan batas wewenang yang Diberikan oleh suatu badan pengurus atau badan pimpinan yang Serupa seperti dewan komisaris.

2) Direktur

Fungsi dari Direktur Utama adalah merencanakan, Mengendalikan, dan mengkoordinasikan pelaksanaan kegiatan Direksi dalam pengelolaan perusahaan baik yang bersifat strategis, Agar misi perusahaan dapat diemban

dengan baik dan tujuan Perusahaan dapat dicapai sesuai dengan ketentuan dalam Anggaran Dasar.

3) Wakil Direktur

Tugas pokok Wakil Direktur adalah melaksanakan sebagian Tugas pokok Direktur Utama. Wakil Direktur bertanggung jawab Kepada Direktur Utama.

4) Marketing/Keuangan

Marketing adalah system keseluruhan dari kegiatan usaha yang Ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan Danmendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan Kebutuhan konsumen. (Stanton dalam Rahmawati dan Rusnandi 2011:125).

5) Konsultan

Konsultan adalah seorang tenaga profesional yang Menyediakan jasa kepenasihatan (consultancy service) dalam Bidang keahlian tertentu, misalnya akuntansi, pajak, lingkungan, Biologi, hukum, koperasi dan lain- lain. Perbedaan antara seorang Konsultan dengan ahli biasa adalah sang konsultan bukan merupakan pegawai perusahaan sang penggunalayan (client), melainkan Seseorang yang menjalankan usahanya sendiri atau bekerja diSebuah perusahaan kepenasihatan, serta berurusan dengan berbagai Pengguna layanan dalam satu waktu.

6) Produksi

Menurut Rahmawati dan Rusnandi dalam bukunya (2011:119) Produksi adalah orang-orangan bekerja di bagian produksi dalam Sebuah radio merupakan yang bertanggung jawab terhadap semua Produk pendukung siaran, seperti jingle, spot iklan, promo acara,Bumper, dan lain sebagainya.

7) Music Director

Menurut Rahmawati dan Rusnandi dalam bukunya (2011:117) Music director adalah orang yang mengumpulkan dan menyeleksi Lagu lalu menyusun lagu-lagu tersebut menjadi sebuah play-list.Menentukan layak atau tidaknya sebuah lagu untuk dimasukan di dalam sebuah program siaran, dan memastikan lagu-lagu tersebut sesuai dengan Segmentasi radio.

8) Administrasi

Simon dalam Marliana (2018:18) mendefinisikan administrasi Sebagai kegiatan-kegiatan kelompok kerjasama untuk mencapai Tujuan- tujuan bersama. Dalam arti sempit administrasi sering Diartikan dengan kegiatan ketatausahaan. Administrasi dalam arti Luas diartikan sebagai kerjasama. Istilah administrasi berhubungan Dengan kegiatan kerjasama yang dilakukan manusia atau sekelompok orang sehingga tercapai tujuan yang Diinginkan.

9) Operator Siaran

Pengertiannya adalah awak siar yang menyajikan dan Mengoperasikan hampir semua peralatan studio khususnya peralatan studio on air dan juga off Air.

10) Teknisi

Teknisi adalah awak siar yang juga penting ada dalam sebuah Stasiun radio. Tugasnya adalah memelihara, merawat dan Mengoperasikan semua peralatan stasiun radio. Untuk stasiun Radio besar maka awak siar ini dikepalai oleh kepala teknis (chief engineer's) dengan dibantu beberapa teknis Sedangkan Untuk ukuran stasiun kecil umumnya hanya memiliki satu Teknisi.

11) Produser

Fachruddin dalam bukunya (2012: 25), “Produser merupakan Pimpinan tertinggi yang bertanggung jawab atas semua Aktivitas pembuatan “program”. Penentuan ide cerita menjadi Salah satu tanggung jawab produser. Produser perlu mengetahui Rincian kebutuhan dan berapa besaran dana yang harus Disediakan. Selain itu, seorang produser adakalanya Bertanggung jawab atas urusan pembuatan ijin dan pembuatan Janji dengan pihak terkait yang perlu dipenuhi dalam kebutuhan Produksi.

12) Penyiar

Menurut Rahmawati dan Rusnandi dalam bukunya (2011:123) penyiar adalah orang menyampaikan sesuatu kepada banyak orang. Penyiar radio adalah pegawai sebuah Stasiun radio yang akan berhadapan dan berinteraksi pertama kali dengan pendengar atau Audience.

b) Struktur Organisasi dan Deskripsi Pembagian Kerja Radio Elpas



**Gambar 4. 4 Struktur Organisasi Radio Elpas FM
Sumber : Radio Elpas, 2023**

**Tabel 4. 2 Deskripsi Tugas dan Tanggung Jawab Karyawan Radio Elpas
Dewan Komisaris**

1	Hj. Nuraida arief	Tugas Sebagai Pengawas Direktur dalam Menjalankan kegiatan Perusahaan Serta memberikan nasihat kepada Direktur
2	H. Mohamad Ichsan Arief	
3	Lidya Murni	
4.	Lulu Lusida	
5	Hj. Amelia	
6	Dewi Alida	

1. Directur Utama :

1	Lidya Murni	Tugas Sebagai jabatan yang melakukan pertanggung jawaban menyeluruh atas integritas perusahaan
---	-------------	--

2. Penanggung Jawab Bidang keuangan

1	Hj. Nur Aida Arief	Tugas Bertanggung jawab atas Pemasukan serta pengeluaran perusahaan
---	--------------------	---

3. Penanggung Jawab Bidang Usaha / Marketing :

1	Lidya Murni	Tugas : Jabatan yang melakukan pengaturan kegiatan pemasaran atas seluruh produk
2.	Yayat Diyatna	

4. Penanggung Jawab Bidang Siaran / Program :

1.	Wanda Adi Permana	Tugas : Jabatan yang melakukan perencanaan dan pengawasan dibidang pola dan teknis penyiaran
----	-------------------	--

5. Penanggung Jawab Bidang Pemberitaan :

1.	Edi Mauladi Sp	Tugas : Jabatan yang melakukan perencanaan dan pengawasan dibidang pemberitaan yang disampaikan saat siaran
----	----------------	---

6. Penanggung Jawab Bidang Teknik

1.	Joseph	Tugas : Jabatan yang melakukan pengawasan atas seluruh perangkat keras yang digunakan dalam perusahaan
----	--------	--

7. Traffic

1.	Edi Mauladi SP	Tugas Fungsi tugas yang melakukan kegiatan administrasi Periklanan
----	----------------	--

8. Staff Administrasi

1	Dian Nauqi	Tugas : Mengatur bagian marketing mengikuti arahan penanggung jawab marketing
---	------------	---

9. Music Director

1	Jamaludin	Tugas : Fungsi tugas yang melakukan pengaturan atas komposisi lagu dan komponen musik lainnya yang digunakan untuk menunjang keberhasilan di bidang penyiaran
---	-----------	---

10. Produksi

1.	Jamaludin	Tugas Merupakan fungsi tugas yang melakukan proses pemasukan / entry dan pembuatan / making dari lagu dan materi siaran lainnya dalam format audio kedalam system komputerisasi siaran
----	------------------	--

11. Penyiar / Announcer

1	Aneztasya Lena Thung	Tugas : Jabatan yang melakukan kegiatan siaran rutin
2	Firmansyah	
3	Tiby Fairuz	
4	Dian Nauqi	
5	Ida Rahmat	
6	Yorra Azkia	
7	Talitha	

4.1.5 Program siaran Radio Kisi 93.4 Fm Dan Radio 94.1 Fm

a) Program siaran Radio Kisi 93.4 Fm

1. Bogor in the morning

Bogor in the morning adalah salah satu program on air primetimed radio KISI FM Bogor untuk menemani pendengar di pagi hari sebelum beraktivitas dan sambil beraktivitas. Bogor in the morning menyajikan berita-berita terupdate, fresh dan terkini, lalu informasi informasi menarik, dan tema pembahasan yang berbeda di setiap harinya yang dikemas dengan siaran yang menghibur. Selain itu, dalam program bogor in the morning ini sendiri menyajikan lagu-lagu hits dan populer. Afternoon Delight merupakan salah satu program on air prime timed radio KISI 93.4 FM Bogor untuk menemani istirahat para pendengar di sore hari setelah melakukan aktivitas.

2. Afternoon Delight

Afternoon Delight menyajikan berita-berita terkini, serta informasi menarik lainnya, dengan pembahasan yang dikemas dengan tema segment yang berbeda setiap harinya. Selain itu, dalam program Afternoon Delight ini sendiri, penyiar menyajikan lagu-lagu hits dan populer baik dari Indonesia serta Mancanegara.

3. Music By Request

Music By Request merupakan salah satu program yang terdapat di radio KISI 93.4 FM Bogor, pada program music by request dimulai pada pukul 19.00 hingga 21.00 WIB, yang menyajikan lagu-lagu lawas hingga lagu terkini dan juga membahas seputar keluarga, motivasi serta inspirasi, dan juga terdapat interaksi antara penyiar dan pendengar melalui question box yang selalu di upload di Instagram radio KISI 93.4 FM Bogor

c) Program siaran Radio Elpas 94.1 FM

Elpas fm merupakan salah satu stasiun radio swasta yang ada di kota Bogor, memproduksi acara sendiri dengan membuat konten-konten yang bernuansa lokal. Berikut nama-nama program yang terdapat di Elpas FM:

Tabel 4. 3 Program Siaran Radio Elpas 94.1 FM

Program Siaran	Waktu Penayangan
1. Asoy Geboy	Senin - Jumat, jam 09.00 - 12.00 WIB
2. Tatali Asih	<i>Weekday</i> Senin - Jumat, jam 12.00 - 14.00 WIB <i>Weekend</i> Sabtu - Minggu, jam 14.00 - 18.00 WIB
3. 100% Indonesia, 100% Muterin Lagu Kamu	Senin - Jumat, jam 14.00 - 17.00 WIB
4. Zona Nyaman	Senin - Jumat, jam 17.00 - 20.00 WIB
5. Goyang Senggol	Senin - Jumat, jam 20.00 - 24.00 WIB
6. Dangdut Fresh	Sabtu - Minggu, jam 06.00 - 10.00 WIB
7. Musik Hits	Sabtu - Minggu, jam 10.00 - 14.00 WIB
8. Refressh	Sabtu - Minggu, jam 18.00 - 22.00 WIB

Sumber : Radio Elpas 94.1 FM, 2024

4.2 Hasil dan Pembahasan

4.2.1 Strategi Konvergensi Radio Kisi Fm dan Elpas Dalam Upaya Mempertahankan Eksistensinya Di era Digitalisasi

Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi mengharuskan setiap media penyiaran melakukan transformasi dan mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi agar media konvensional bisa terus eksis di era digital. Salah satunya dengan melakukan konvergensi media. Konvergensi media adalah pengintegrasian

antara perusahaan di bidang media informasi (komputer), jejaring telekomunikasi, dan penyedia konten (radio, televisi, penerbit buku, musik, dan hiburan).

Konvergensi media adalah fenomena terintegrasinya media komunikasi dalam beragam bentuk baik itu teks, gambar, audio, hingga video. Menurut penulis dengan konvergensi media, informasi dan hiburan dalam berbagai bentuk konten sangat mudah diakses oleh audiens melalui berbagai macam platform. Konvergensi media juga memungkinkan terciptanya interaksi antar pengguna.

Menurut penulis, sebagai media massa yang cukup tua dan tradisional, radio-radio di Indonesia sudah seharusnya menerapkan konvergensi dengan memanfaatkan teknologi, agar bisa memperluas jangkauan pendengar, melibatkan pendengar dengan berinteraksi antar pendengar dan penyiar melalui siaran frekuensi, *live streaming*, *live visual*, konten media sosial dan sebagainya. Bisa dikatakan, praktik konvergensi media radio bisa mempertahankan eksistensi radio khususnya di kalangan pemuda. Konvergensi media telah mengubah cara manusia berinteraksi, mengakses, dan mengkonsumsi media.

Teori Henry Jenkins mengklasifikasikan Strategi konvergensi media ke dalam empat dimensi yaitu Konvergensi teknologi, Konvergensi konten, Konvergensi Bisnis dan Konvergensi profesional. Dalam penelitian ini, Kisi Fm dan Elpas sebagai subjek penelitian tengah melaksanakan konvergensi media. Di bawah ini, penulis paparkan analisis temuan dari bab 4 :

4.2.2 Pemanfaatan Teknologi KISI FM Dan Elpas

A. Pemanfaatan Teknologi KISI FM

Dalam bagian ini peneliti menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan pemanfaatan teknologi yang digunakan oleh radio kisi fm, Pada tahap pertama ini peneliti menjelaskan bahwa Konvergensi teknologi mengacu pada proses dimana teknologi media, termasuk platform teknologi serta jaringan komunikasi, saling terhubung melalui produksi, konvergensi teknologi merupakan pemanfaatan teknologi yang berkombinasi serta konten di media gital. Pada Pemanfaatan Teknologi yang digunakan oleh radio kisi menggunakan website pribadi dan media social yang di produksi menjadi konten atau informasi yang disajikan untuk pendengarnya.

Menurut Henry Jenkins, dengan konvergensi aliran konten di berbagai platform media, saling berkerja sama antara berbagai industri media, Konvergensi teknologi adalah menggambarkan pemanfaatan perubahan teknologi, contoh konvergensi teknologi adalah peggabungan media konvensional dan media online menjadi satu pembaharuan media di sebuah radio, seperti *website streaming* yang di gunakan oleh radio dalam menyebarkan informasi serta terdapat media sosial yang berperan penting dalam menyebarkan konten melalui Instagram, Facebook, serta tiktok.

Radio kisi fm menggunakan teori Henry Jenkins dalam memperbaharui pemanfaatan teknologi dengan cara menggunakan website kisi fm yang bisa diakses melalui internet serta terdapat media sosial yang dapat menunjang siaran streaming seperti live streaming menggunakan instagram maupun tiktok dengan melakukan pempebaharui teknologi, Namun pada radio kisi fm tidak melakukan pembaruan pada facebook dikarna pendengar kisi fm lebih menggunakan instagram

dibandingkan facebook, Radio kisi fm melakukan siaran secara streaming sehingga penyiar, narasumber maupun pendengar dapat berinteraksi secara langsung, Proses konvergensi teknologi yang dilakukan adalah radio kisi fm menayangkan program siaran melalui radio manual melalui website yang mana hanya bisa dinikmati dengan pendengaran, dimana pendengar hanya bisa menjangkau radio dari tempat asalnya. Serta dengan adanya media social sebagai sumber informasi dan peyebaran konten yang dilakukan radio kisi dalam pemanfaatan teknologi melalui Instagram dan tiktok. sehingga yang dilakukan oleh radio kisi fm dalam pembaruan pemanfaatan teknologi sudah sesuai dengan teori konvergensi teknologi menurut Henry Jenkins.

Dalam penelitian terdahulu yang berjudul Konvergensi Media di Radio Gajahmada FM Semarang, Jurnal Komunikasi Widi Wahyuning Tyas, menjelaskan bahwa Konvergensi media saat ini menjadi upaya pilihan yang banyak diterapkan oleh media konvensional seperti radio, salah satunya adalah Gajahmada FM. Hal ini terlihat dari disediakannya platform online seperti media sosial dan radio streaming. penerapan konvergensi media di radio Gajahmada FM mengalami hambatan berupa kurangnya SDM dan terbatasnya peralatan, sehingga pengelolaan website menjadi sangat tidak maksimal. Dalam penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa radio kisi fm menggunakan platform media seperti website pribadi dan media sosial dalam memperbarui media yang digunakan oleh kisi fm, Ramdani Dani sebagai Station Manager memberikan pemaparannya pada 21 Mei 2024 pukul 14:00 :

Kalo untuk siaran on air kami menggunakan website kisi fm yang bisa diakses melalui <http://www.kisifm.com> dibantu oleh media sosial instagram dan tiktok (Ramdani Dani, 2024)

Ramdani Dani dalam menjelaskan bahwa ada perbedaan yang dirasakan dari sebelum dan sesudah adanya konvergensi adalah sebelum adanya konvergensi bentuk siaran terbatas pada siaran secara frekuensi satelit saja. Namun dengan hadirnya konvergensi ini membuat pelaku media harus terjun ke basis konten yang baru seperti media social, *website* serta aplikasi, Sehingga sumber daya manusia yang dibutuhkan pun bertambah seiring dengan kebutuhan media. Radios sendiri, kisi fm mengawalis pembuatan media sosialnya dengan membuat akun media social Instagram (2016) disusul oleh Tiktok (2021) , serta *website* (2018). Untuk akun media social Instagram dan Tiktok memiliki konten yang berbeda, yaitu akun tiktok @kisifmbogor khusus konten kegiatan penyiar ketika melakukan siaran, sedangkan untuk Instagram @kisifmbogor menyediakan konten-konten yang bervariasi mulai dari kesehatan, *event music*, hingga *talkshow*.

Dengan hadirnya konvergensi bukanlah menjadi sebuah ancaman melainkan sebuah keniscayaan dengan adanya pemanfaatan dimana terdapat perubahan untuk bertransformasi menggunakan media streaming tanpa meninggalkan media konvensional , Hal ini menjadi kelebihan Radio kisi fm untuk mendapatkan pendengar tanpa di batasi oleh ruang dan waktu, bahkan siaran radio dapat didengar secara lintas wilayah. Seperti yang dipaparkan oleh Deira Selaku Penyiar Radio Kisi FM yaitu :

Kisi fm menggunakan media online berupa website @kisifm.com serta dalam menunjang aktifitas lainnya kita juga menggunakan media baru seperti instagram sebagai live streaming serta terdapat tiktok sebagai media penyebaran konten (Deira,2024)

Deira sebagai penyiar menjelaskan dalam wawancara menjelaskan bahwa Langkah pertama yang dilakukan dengan tahap pemanfaatan teknologi jadi untuk pemanfaatan teknologi kisi fm memiliki caranya sendiri yaitu berpindahan media lama ke media baru, jadi kita siaran on air dari jam 8 pagi sampai jam 10 malam, untuk kegiatan off airnya sesuai kebutuhan kita, untuk menunjang aktifitas lainnya kita juga menggunakan media baru seperti instagram, tiktok dan web portal maupun app android, media online ini sangat membantu kita salah satunya untuk memperluas siaran kita. Semua media ini kita gunakan sejak mulai berdirinya kisi yaitu menggunakan media sosial instagram sampai yang terbaru app android dan *website*, semua siaran kita di media konvensional bisa terhubung di website kita dengan mengakses alamat *website* <http://www.kisifm.com>.

Namun kita tidak menggunakan via streaming youtube untuk menyiarkan siaran karena bagi kita kurang efisien namun untuk waktu dekat ini kami sedang membuat podcast, podcast tersebut bernama Kisiklopaedi adalah segmen dimana penyiar kisi ditantang untuk bermain games artinya kita buat sebegus mungkin dan kita post di media sosial kita, tidak hanya itu juga media sosial juga membantu aktifitas on air kita..Bahwa pada tahun 2016 radio kisi fm menggunakan media sosial instagram dan tiktok dalam digunakan untuk menyebarkan informasi terkait jadwal program radio kisi, informasi-informasi edukasi, dan informasi lainnya. Radio Kisi FM mulai memperluas jangkauan pendengarnya juga dengan menggunakan media sosial Instagram. Instagram @kisifmbogor mempunyai fungsi yang sama dengan akun Tiktok, Konvergensi teknologi yang terjadi pada kisi fm, tidak hanya pada bentuk media yang beralih ke media digital, konten-konten yang dihasilkan pun menjadi format digital. Dengan cara produksi konten-konten digital tersebut diharapkan dapat menarik perhatian audience. Konvergensi teknologi dengan media sosial dapat menjadi solusi dalam penyebaran informasi yang lebih luas bagi radio kisi fm. Radio kisi fm menjadi lebih dikenal oleh Audience, baik dari kalangan remaja hingga orang tua. Radio kisi fm merupakan radio lokal dengan format informasi. Dalam menyampaikan informasinya, radio Kisi fm saat ini dapat memberikan pilihan kepada audience dengan menggunakan radio jaringan analog atau radio.

Radio konvensional yang beralih ke streaming *website* yang dimulai pada tahun 2018 memiliki *website*. Audience dapat membuka *website* www.kisifm.com pada google untuk mendengarkan streaming online. Dalam penggunaan media baru kami pun mendapatkan manfaat dari penggunaan platform media seperti Instagram dan Tiktok dengan penggunaan platform tersebut kami dapat menggapai pendengar lebih banyak lagi, seperti yang dipaparkan oleh Almond Rista, selaku Program Director KISI FM 93.4 Bogor.

Selain itu terdapat hambatan yang dirasakan oleh radio elpas secara internal dan eksternal, tapi menurut penyiar hambatan yang secara internal tidak ada masalah

sedangkan sebaliknya untuk eksternal radio kisi fm mengalami hambatan berupa teknis, jadi ketika cuaca buruk atau ada petir biasanya station manager atau program director menyuruh penyiar untuk berhenti sebentar. Selain itu dengan adanya hambatan yang terjadi di radio kisi fm dapat mempengaruhi suara radio yang tidak jelas dan membahayakan alat pemacaran yang kami gunakan untuk siaran ketika ada cuaca buruk atau petir, Seperti yang dikatakan oleh penyiar kisi, Hal ini diperkuat dengan pemaparan dari Program Director Almond Rista :

Hambatan kisi fm sebenarnya lebih keteknis, seperti mati listrik, penyiar biasanya memberitahukan kepada pendengar di story intagram kisi fm bahwa sedang mati listrik jadi program agar kisi fm tertunda sebentar waktu (Almond Rista, 2024)

Berdasarkan pemaparan dari ketiga informan diatas, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media teknologi yang digunakan radio kisi fm dalam melakukan konvergenis teknologi menggunakan pembaruan teknologi sesuai dengan teori Henry Jenkins dengan cara menggunakan *website streaming* yang bisa diakses melalui www.kisifmbogor.com serta terdapat media sosial yang dapat membantu radio kisi fm dalam menyebarkan konten serta menjadikan media interaksi antar penyiar dan pendengar melalui *live* instagram dan tiktok, selain itu terdapat hambatan yang di hadapi oleh radio kisi fm dalam pemanfaatan teknologi antara lain Hambatan yang dirasakan kisi fm sebenarnya lebih keteknis, seperti mati listrik biasanya website streaming juga mengalami ganggu jadi penyiar biasanya memberitahukan kepada pendengar di story intagram kisi fm bahwa sedang mati listrik jadi program agar kisi fm tertunda sebentar waktu.

B. Pemanfaatan Teknologi Radio Elpas

Sedangkan untuk radio elpas peneliti menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan pemanfaatan teknologi yang digunakan oleh radio elpas , Pada tahap pertama ini peneliti menjelaskan penggunaan teknologi adalah proses penyatuan beberapa teknologi seperti ketika satu atau lebih media yang berbeda ditransformasikan dalam bentuk digital, Dalam hal ini, semua konten media yang bentuk digital, baik dari informasi berupa kata-kata,gambar,suara maupun video.kemudian konten media dapat memperluas hubungan audience dan dapat mengalir ke seluruh *plarform*, Karena pada dasarnya konvergensi media merupakan penggabungan media-media yang ada untuk digunakan dan diarahkan dalam tujuan tertentu, Konvergensi teknologi ini berfokus pada penyebaran informasi dengan menggabungkan media-media yang ada dan disajikan dalam bentuk digital.

Dalam teori konvergensi teknologi menurut Henry Jenkins dijelaskan Di era gitalisasi ini muncul media baru yaitu internet membuat masyarakat dalam mengakses informasi di era digitalisasi menggunakan teknologi internet dalam platform terbentuk digital sehingga masyarakat sekarang meninggalkan media analog dan beralih ke gital, contohnya dimana masyarakat akan menggunakan satu perangkat untuk dua kegiatan dalam satu waktu, misalnya mengakses internet dan mendengarkan, salah satunya radio yang memperbaharui media dengan menggabungkan internet sebagai media komunikasi, seperti Radio streaming yang dapat di akses oleh orang lain kapan saja serta terdapat media sosial seperti facebook

instagram serta whatsapp sebagai media komunikasi dan menyebarkan konten sehingga dengan memperbaharui media di radio dapat mendukung konvergensi teknologi.

Hal tersebut sama yang dilakukan oleh radio elpas dalam memperbaharui pemanfaatan teknologi sama dengan teori konvergensi teknologi yang di terapkan oleh Henry Jenkins , Radio elpas merupakan salah satunya radio yang memperbaharui pemanfaatan teknologi dengan cara menggabungkan media konvensional dengan media baru yaitu internet dalam satu platform media online, Media online yang digunakan untuk menyiarkan dengan menggunakan website(<http://www.elpasfm.com>) serta di dukung oleh media social (facebook,Instagram,Tiktok) serta terdapat media komunikasi yang awalnya kita menggunakan sms dan sudah beralih ke whatsapp ,karna kita ingin memaksimalkan penggunaan dengan ada aplikasi whatsapp memudahkan penyiar agar dapat berinteraksi dengan pendengar elpas dan juga bisa digunakan untuk survey dan kuis di program elpas melalui proses tersebut.

Dalam penelitian terdahulu yang berjudul Konvergensi Media di Radio Gajahmada FM Semarang, Jurnal Komunikasi Widi Wahyuning Tyas, menjelaskan bahwa Konvergensi media saat ini menjadi upaya pilihan yang banyak diterapkan oleh media konvensional seperti radio, salah satunya adalah Gajahmada FM. Hal ini terlihat dari disediakannya platform online seperti media sosial dan radio streaming. Dengan Proses yang dilakukan oleh radio elpas melalui mempergunakan facebook, dan baru-baru ini media sosial yang sedang booming yaitu tiktok dan instagram, radio elpas juga menggunakan platform tersebut, selain itu di bantu oleh website streaming kita yang beralamat di www.elpas.com yang dapat di akses oleh pendengar tapi untuk Alat komunikasinya awalnya kita menggunakan sms dan sudah beralih ke whatsapp ,karna kita ingin Memaksimalkan penggunaan dengan ada aplikasi whatsapp memudahkan penyiar agar dapat berinteraksi dengan pendengar elpas dan juga bisa digunakan untuk survey dan kuis di program elpas melalui proses tersebut, Hal ini sesuai dengan Teori Konvergensi teknologi yang digunakan oleh Henry Jenkins.Lidya Murni sebagai Station Manager memberikan pemaparannya pada 25 Mei 2024 sebagai berikut :

Ya benar kami menggunakan website streaming sebagai media penyampaian saat siaran dibantu oleh Whatsapp sebagai media komunikasi serta menggunakan live facebook untuk nyapa pendengar (Lidya Murni, 2024)

Berdasarkan pemaparan Lidya Murni diatas, menunjukkan bahwa radio elpas menggunakan media hasil dari penggabungan media social dengan media online, media social yang gunakan oleh radio elpas berupa facebook,instagram, tiktok , Selain itu radio elpas dibantu oleh media online yang berupa *website* beralamat di www.elpas.com yang dapat di akses oleh pendengar serta radio elpas juga nenerima informasi yang datangnya dari pendengar melalui Whatsapp fungsinya sebagai media komunikasi dan memudahkan penyiar agar dapat berinteraksi dengan pendengar elpas dan juga bisa digunakan untuk survey dan kuis di program elpas melalui proses tersebut,

Radio elpas merupakan salah satu stasiun radio yang menerapkan konvergensi media. Dulu, pada masa kejayaan radio elpas cukup melakukan siaran berbasis pemancar yang dilakukan secara konvensional. Namun, seiring munculnya

internet, minat masyarakat akan radio cenderung menurun. Sehingga, radio elpas mulai menggunakan konvergensi media sebagai salah satu upaya untuk tetap bertahan di era digital.

Sebelumnya, radio elpas hanya menggunakan telepon dan SMS sebagai medium untuk berkomunikasi dengan pendengar, namun seiring dengan munculnya whatsapp, Radio elpas mulai memanfaatkan media sosial, tidak hanya sebagai media komunikasi namun juga media informasi dan promosi. Media sosial mengubah radio yang sebetulnya bersifat auditif menjadi lebih visual dengan sajian-sajian konten grafis dan videonya. Disisi lain, kehadiran media sosial mulai menggeser tempat radio di mata khalayak. Orang-orang mulai jarang mendengarkan radio dan lebih senang berselancar di dunia maya. Oleh karena itu, pelaku industri radio mulai menggunakan media sosial untuk lebih dekat dengan pendengar.

Selain itu, Radio Elpas juga memiliki situs website sebagai situs resmi yang memuat segala macam informasi mengenai Radio Elpas. Satu hal yang paling dapat diakses pada website radio elpas adalah adanya layanan *live streaming* yang bisa diakses kapan saja dan dimana saja. Layanan ini tentu sangat membantu pendengar yang berada di luar kota, mengingat siaran radio konvensional hanya bisa dijangkau oleh kota-kota sekitar saja. Penggunaan media sosial dan website ini menunjukkan bahwa radio elpas telah melalui dimensi konvergensi media yang pertama, yakni konvergensi teknologi. Seperti yang dipaparkan oleh Aneztasya selaku Penyiar Radio Elpas yaitu :

elpas tidak hanya bisa diakses secara live streaming, namun radio elpas juga menyediakan situs website dan mempromosikan program acaranya dengan memanfaatkan media sosial, Hampir semua stasiun radio di kota bogor memiliki akun media sosial seperti Facebook, Tiktok dan Instagram (Aneztasya, 2024)

Aneztasya sebagai penyiar radio menjelaskan dalam wawancara menjelaskan bahwa Langkah pertama yang dilakukan dengan tahap pemanfaatan teknologi yaitu namun keberadaannya tetap saja memberikan pengaruh pada stasiun radio terkait. Selain website, media sosial juga menjadi salah satu wadah yang dimanfaatkan oleh elpas. Tak hanya sebagai media promosi, media sosial juga menjadi tempat bagi stasiun radio untuk menjalin komunikasi interaktif dengan para pendengar. Seringkali penyiar menggunakan media sosial untuk menanyakan pendapat pendengar tentang suatu topik yang sedang dibahas, untuk kemudian dibacakan saat siaran. Selain itu, media sosial juga memberikan tempat bagi stasiun.

radio yang pada dasarnya bersifat auditif atau hanya bisa didengar, untuk membagikan konten secara visual. Hal ini memungkinkan pendengar dapat melihat rupa penyiar hingga kondisi ruang siaran melalui foto ataupun video yang dibagikan di laman media sosial stasiun radio tersebut. Baik live streaming, website, maupun media sosial, ketiganya merupakan wujud nyata dari praktik konvergensi media yang terjadi di stasiun radio. Untuk itu, peran media baru sangat penting bagi media konvensional seperti radio. Tingginya penggunaan internet oleh masyarakat, baik untuk memperoleh informasi, terkoneksi dengan jaringan sosial, hingga memproduksi informasi sendiri menjadikan internet sebagai salah satu kebutuhan yang senantiasa digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Revolusi teknologi komunikasi ini menghadirkan peran internet sebagai media baru yang menimbulkan pergeseran media konvensional menjadi serba digital atau online.

Hasil dari pemanfaatan media teknologi yang digunakan oleh radio elpas, bahwa kehadiran media baru dimanfaatkan radio elpas untuk menyajikan dan mengisahkan informasi dalam bentuk pengisahkan cerita yang disebarluaskan melalui berbagai platform. Berdasarkan temuan di lapangan, Radio elpas menerapkan strategi konvergensi teknologi, karena beberapa karyawan elpas terutama penyiar radio elpas fm mampu menyajikan informasi ke dalam berbagai platform, seperti yang dituturkan Aneztya selaku penyiar elpas, selain menyajikan informasi ke dalam bentuk siaran di gelombang frekuensi, web streaming dan aplikasi atau media sosial sebagai penyiar harus mampu menyajikan informasi melalui konten-konten media sosial seperti tiktok, facebook dan tiktok dengan beragam bentuk seperti audio, video serta gambar hingga teks. Namun Radio elpas dalam menggunakan pemanfaatan media tidak dipraktikkan sepenuhnya, karena tidak semua karyawan radio elpas khususnya penyiar maupun menyajikan informasi ke dalam berbagai macam bentuk berbagai platform. Selain itu, tidak adanya ketentuan khusus terkait penggunaan media tersebut, yang dimuat dalam konten media sosial, karena radio ini tidak menetapkan aturan tipografi, bentuk desain dan gambar yang digunakan, hanya menetapkan penggunaan warna serta jenis konten yang disajikan melalui instagram, tiktok serta facebook.

Menurut Aneztya pemanfaatan teknologi penting dilakukan, karena kemampuan website dan media sosial dalam menyajikan informasi dengan menyebarkan informasi tersebut dalam beragam bentuk konten dapat menjelaskan informasi lebih dalam, mendetail dan menarik, informasi yang disiarkan pada radio bersifat sekilas dan tidak dapat ulang, sehingga memanfaatkan media sosial untuk penyebaran konten siaran. Memungkinkan pendengar dapat mengakses informasi yang terlewat saat mendengarkan radio, pemanfaatan media sosial juga bias memungkinkan terjadinya interaksi antar pendengar dan penyiar, selain itu, dengan siaran melalui banyak platform (website streaming, aplikasi, media sosial) dapat memperluas jangkauan pendengar, dan memberikan kebebasan untuk pendengar dalam memilih platform dalam mengakses informasi yang berada di radio elpas. Hal itu didukung oleh pernyataan dari Lidya Murni selaku station manager bahwa dengan menggunakan adanya internet memungkinkan radio dapat memperluas jangkauan pendengar dan biasa meningkatkan komunikasi melalui whatsapp sebagai interaktif radio elpas, memungkinkan terjadinya interaksi antar pendengar dengan penyiar. Pendengar tak hanya menjadi penikmat siaran, tapi juga dapat memberikan informasi melalui media *social* seperti Facebook, Tiktok dan Instagram serta media online yang kami memiliki berupa website yang beralamat di www.elpasfm.com. Selain itu terdapat hambatan yang dihadapi oleh penyiar radio elpas yaitu pergeseran minat masyarakat terhadap penggunaan media sosial, akibat adanya konvergensi yang dilakukan, membawa radio terhadap beragam aktivitas online dan tidak lagi hanya berbasis audio namun juga mengembangkan aspek visual, sehingga dapat ditemui beragam konten radio di media sosial dengan penampilan audio visual yang menarik. Dampak dari konvergensi kemudian berimplikasi dari segi loyalitas para pendengarnya untuk terus mengakses konten radio seperti pada studi yang dilakukan pada pendengar Radio Elpas yang menyebutkan ketertarikan mendengarkan radio berdasarkan konten yang disajikan dan mampu menarik masyarakat untuk terus mendengarkan melalui medium apapun. Seperti yang dipaparkan oleh Wanda Adi Permana selaku Program Director Radio Elpas yaitu

Kendala masalah listrik yang padam, program director menyiapkan mesin genset agar siaran program tidak terganggu. Program director selalu mengevaluasi kru dan juga penyiar agar kru dan penyiar dapat berinovasi dan berkembang (Wanda Adi Permana, 2024)

Berdasarkan pemaparan dari ketiga informan di atas, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media teknologi yang digunakan radio kisi fm dalam melakukan konvergensi teknologi menggunakan pembaruan teknologi sesuai dengan teori Henry Jenkins dengan menggunakan media sosial facebook, tiktok maupun instagram tapi biasanya kami menggunakan facebook untuk live langsung agar pendengar kenal dengan penyiar pada setiap program nya, Selain itu radio elpas dibantu oleh media online yang berupa website beralamat di www.elpas.com yang dapat di akses oleh pendengar serta radio elpas juga menerima informasi yang datangnya dari pendengar melalui Whatsapp fungsinya sebagai media komunikasi dan memudahkan penyiar agar dapat berinteraksi dengan pendengar elpas dan juga bisa digunakan untuk survey dan kuis di program elpas melalui proses tersebut

Selain itu terdapat hambatan yang dihadapi radio elpas yaitu masalah listrik yang padam, program director menyiapkan mesin genset agar siaran program tidak terganggu. Program director selalu mengevaluasi kru dan juga penyiar agar kru dan penyiar dapat berinovasi dan berkembang.

4.2.3 Variasi Konten Radio Kisi 93.4 FM dan Elpas 94.1 FM

A. Variasi Konten Radio Kisi 93.4 FM

Dalam bagian ini peneliti menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan variasi konten yang disajikan oleh radio kisi fm, Pada tahap kedua ini peneliti menjelaskan bahwa Konvergensi Konten sebuah media informasi yang menggabungkan format digital atau bentuk digital. Dalam hal ini, format digital yang dikemas bentuk tulisan, gambar, audio, ataupun video.

Radio kisi fm dalam menerapkan konvergensi dalam memperbarui variasi konten menggunakan berbagai format untuk mengemas informasi tersebut. Hasil dari informasi yang sudah dikemas tersebut, bertujuan untuk khalayak dapat melihat dan membaca informasi yang ada tidak hanya mendengarkan suara melalui radio manual saja tapi dapat melalui media lainnya. Bentuk format digital multimedia yang di radio. Kisi fm, ialah berupa *Flayer* yang berbentuk gambar dan teks, Konten yang berupa video serta terdapat Iklan yang berbentuk audio yang di putar setiap siaran berlangsung.

Menurut teori Konvergensi Konten yang dirumuskan oleh Henry Jenkins adalah proses yang terjadi sesuai dengan perkembangan budaya masyarakat, Konvergensi media terjadi dengan berinteraksi dengan orang lain pada tingkat social dan menggunakan berbagai platform media untuk menciptakan pengalaman baru, bentuk-bentuk baru media dan konten yang menghubungkan secara social.

Pembaruan yang dilakukan radio kisi fm dalam variasi konten sesuai dengan teori konvergensi konten menurut Henry Jenkins antara lain format foto dan gambar. Format foto atau gambar saat ini menjadi daya tarik oleh khalayak banyak. Dalam gambar atau foto mempunyai nilai tersendiri, terutama dalam menyajikan informasi dengan visual yang menarik. Hal ini, radio kisi fm mempunyai informasi yang

disajikan dalam bentuk gambar atau foto. Kemudian dibagikan melalui media baru, seperti Instagram. Informasi menggunakan bentuk format foto atau gambar lebih mudah dipahami oleh khalayak dari berbagai usia. Konten-konten yang dibuat radio kisi fm dalam bentuk gambar berupa flyer berita-berita terkini, *flyer* program acara radio kisi fm, dan flyer talkshow kilen. Selain itu, Format video merupakan format yang memiliki gaya audio-visual yang menarik. Bentuk format tersebut banyak dilihat oleh khalayak. Daya tarik yang tinggi terhadap ragam format sehingga membuat radio kisi fm mengikuti perkembangan tersebut. Dapat dilihat dari media sosial, Instagram radio kisi fm, pada isi konten-kontennya dikemas kembali bentuk format yang berbeda.



Gambar 4.5 *Flyer* Berita, *Flyer* Program Kisi fm dan *Flyer* Talkhow Narasumber
Sumber : Instagram Radio Kisi Fm, 2024

Konten-konten video yang dibuat berupa video reels tentang kegiatan penyiar saat siaran serta konten yang trending di sosial media kemudian dikemas ulang, dan hasil video siaran langsung. Bentuk video itu yang akan dibagikan melalui media sosial radio kisi fm, seperti Instagram. Selain itu, bentuk format video yang dibuat radio kisi ada pada instagram berupa video hasil siaran berupa kajian yang dikemas kembali.



Gambar 4. 6 Konten Reels Kegiatan Penyiar Saat siaran
Sumber : Instagram Radio Kisi Fm, 2024

Bentuk format audio merupakan format yang biasa digunakan oleh media radio pada saat siaran berlangsung. Format tersebut berupa informasi yang disebarkan oleh media dengan suara. Radio kisi fm menggunakan bentuk format digital audio biasa digunakan ketika siaran on air, rekaman iklan, dan beberapa rekaman program acara. Rekaman-rekaman yang diproduksi setiap hari Senin-Jumat, namun rekaman atau tapping tersebut disesuaikan dengan kerjasama dengan klien. Kemudian, rekaman- rekaman tersebut akan diputar Senin-Jumat, disesuaikan dengan jadwal yang telah disusun. Radio lebih banyak menggunakan audio untuk siaran on air dibanding rekaman. Dari penerapan konvergensi dengan multimedia ini, khalayak mendapatkan informasi dengan cara melihat, membaca, dan mendengar yang beragam bentuk formatnya. Format-format informasi yang sudah kemudian didistribusikan melalui media baru internet. Sehingga terjadi konvergensi sosial pada radio kisi fm. Hal tersebut, pendengar dapat memilih format konten digital yang disukai dan dapat dikerjakan dengan sekaligus, yaitu audience dapat mendengarkan siaran radio berupa audio pada *website streaming* radio kisi fm dan secara bersamaan dapat membaca berita pada *website* tersebut, Dengan adanya variasi konten membantu radio kisi fm dalam menyebarkan informasi-informasi konten melalui website kisifm, Instagram Serta Tiktok.

Dalam penelitian terdahulu yang berjudul Konvergensi media pada perkembangan radio komersial di Yogyakarta (studi kasus pada radio Geronimo FM dan radio Swaragama FM) , Jurnal komunikasi Fitriana Nur Annisa (2021) menjelaskan kedua radio sudah sangat memaksimalkan konvergensi media dengan

baik yang dibuktikan dengan perluasan jangkauan pendengar, memperbesar kesempatan variasi konten di media social media social. Hal tersebut sama yang dilakukan oleh radio kisi fm dalam melakukan memperbarui variasi konten dengan menggunakan teori Henry Jenkins melalui format yang sudah ditentukan oleh radio kisi fm seperti dalam bentuk foto gambar berupa flayer, format bentuk video berupa konten dan audio berupa tapping program kisi fm, selain variasi konten tersebut akan diunggah di media social instagram dan tiktok, Ramdani Dani sebagai Station Manager memberikan pemaparannya pada 21 Mei 2024 pukul 14:00 Berikut ini:

Konten yang sajikan antara lain flayer berita , flayer talkshow, konten berupa reels, hingga terdapat tappingan setiap program kisi fm yang diputar di website <http://www.kisifm.com>, masing- masing konten tersebut di unggah di akun media social dan website kisi fm (Ramdani Dani, 2024)

Ramdani Dani sebagai Station Manager menjelaskan dalam wawancara menjelaskan bahwa Langkah kedua yang dilakukan dengan tahap kedua yang dilakukan cara sendiri dalam menyajikan serta membuat variasi konten berupa foto, teks serta audio yang kemudian di olah menjadi sebuah *flayer* ,konten yang beredukasi serta terdapat rekaman ketika siaran *on air*, iklan dan beberapa rekaman program lain, rekaman yang di produksi serta konten - konten tersebut akan dipublikasikan melalui instagram dan tiktok, Pernyataan ini diperkuat oleh Deira sebagai penyiar Radio Kisi Fm.

Radio kisi fm melakukan strategi konten melalui variasi konten dengan menyebarkan informasi-informasi tersebut dikemas atau yang di sajikan dengan sedemikian rupa agar pesan tersebut dapat tersampaikan dan menarik perhatian audience. Dapat dilihat dari konten dan informasi yang disebarluaskan oleh radio kisi fm menggunakan banyak macam format, mulai dari bentuk-bentuk format foto atau gambar dan format video pada media sosial , Instagram serta untuk format audio siaran on air dapat juga didengarkan melalui *website*. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan penyiar, diketahui bahwa radio kisi fm dalam menyebarkan informasi tidak hanya dengan bentuk audio yang disebarkan melalui radio frekuensi saja, melainkan dari bentuk audio tersebut dapat dikemas menjadi konten lain dengan bentuk macam-macam format digital. Dengan mengikuti perkembangan teknologi, format berupa gambar dan audio-visual atau video dapat menarik perhatian *audience*, sehingga tim produksi

Media sosial juga membentuk format digital tersebut yang nantinya akan disebarluaskan melalui media sosial. Biasanya konten yang diproduksi berupa flayer serta caption yang nanti di unggah melalui instagram kisi fm. Untuk produksi video biasanya kisi fm membuat konten yang sedang trending di social media lalu kemudian dikemas kembali dalam bentuk reels instagram.

Menyajikan konten dengan melakukan variasi konten yang ada di media social kisi fm, dengan cara melakukan konvergensi dengan multimedia, yaitu media yang menyajikan informasi dan konten kepada audience melalui penggabungan berbagai format digital seperti teks, foto, audio, video dan sebagainya. Bentuk format informasi yang disajikan dapat disesuaikan dengan media massa yang

digunakan untuk penyebarannya kepada audience. Multimedia pada media radio sangat perlu dilakukan karena penggunaan teknologi digital yang meningkat, sehingga konten atau informasi yang diproduksi menyesuaikan sesuai dengan eksistensi radio tersebut.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan penyiar kisi dalam pernyataan, radio kisi berupaya untuk memberikan informasi-informasi yang bermanfaat dan akurat. Meskipun pada era digital ini kecepatan informasi yang utama, radio elpas tetap mengedepankan informasi yang bermanfaat dan seakurat mungkin. Informasi-informasi tersebut dikemas dengan sedemikian rupa agar pesan tersebut dapat tersampaikan dan menarik perhatian *audience*. Dapat dilihat dari konten dan informasi yang disebarluaskan oleh radio kisi fm menggunakan banyak macam format, mulai dari bentuk format teks pada halaman website www.kisifm.com, bentuk format foto atau gambar dan format video pada media sosial Tiktok dan Instagram serta untuk format audio siaran on air dapat juga didengarkan melalui *website*. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Penanggung jawab Staf Divisi Media Sosial, diketahui bahwa radio kisi fm dalam menyebarkan informasi tidak hanya dengan bentuk audio yang disebarkan melalui radio frekuensi saja, melainkan dari bentuk audio tersebut dapat dikemas menjadi konten lain dengan bentuk macam- macam format digital. Dengan mengikuti perkembangan teknologi, format berupa gambar dan audio-visual atau video dapat menarik perhatian audience, sehingga tim produksi, media sosial juga membentuk format digital tersebut yang nantinya akan disebarluaskan melalui media sosial. Biasanya konten yang diproduksi berupa flyer program acara. Untuk produksi video biasanya dibuat dari hasil rekaman video program siaran yang kemudian dikemas kembali. Perbedaan tersebut terlihat jelas, dari format yang digunakan yaitu dari isi program yang disiarkan oleh radio kisi fm , Pernyataan ini diperkuat oleh Deira sebagai penyiar Radio KISI FM.

Menyajikan konten siaran on air hanya menginformasikan ulang berita yang ada di sosial instagram kisi fm dengan bahasa sendiri sedangkan pengalaman menyajikan konten di berbagai platform tentunya kami harus mengubah konten tersebut menjadi gambar yang berupa flayer yang kemudian flayer tersebut diberikan caption berita yang nanti di posting melalui instagram kisi dan akan dijadikan bahan siaran penyiar, selain itu ada konten yang berbentuk video yang kami posting melalui instagram, konten tersebut berbentuk reels. (Deira, 2024)

Radio Kisi FM juga menggunakan format teks yang disajikan dalam bentuk berita dan di publikasikan dengan website. Berdasarkan wawancara dengan Produser Radio kisi diketahui bahwa, berita-berita yang disajikan oleh radio kisi bersumber dari platform lain yang dikemas kembali. Selain itu, radio kisi fm juga menerima informasi yang datangnya dari pendengar melalui DM (Direct Message) instagram sebagai bahan evaluasi jika dirasa radio mengalami hambatan .Pemaparan dari kedua informan diatas juga diperkuat oleh AlmonRista sebagai Program Director Radio KISI FM berikut ini:

Radio elpas kesulitan dalam menyiapkan konten diantara konten yang kami unggah bisanya kurang menarik di tonton sehingga kolam komentar sepi sehingga sering menerima DM instagram dan krintikan pendengar(AlmonRista, 2024)

Berdasarkan pemaparan dari ketiga informan diatas, dapat disimpulkan bahwa pembaruan yang dilakukan kisi fm dalam variasi konten menggunakan format yang disesuaikan oleh radio kisi fm, Seperti format konten foto atau gambar, kami biasanya membuat *flayer* yang berisikan flayer acara talkshow serta informasi umum, informasi kesehatan serta informasi *music* yang kami sajikan setiap harinya melalui Instagram, format yang berbentuk video yang kami variasikan menjadikan konten kegiatan penyiar dan video yang sedang treading yang kami dikemas ulang dengan konsep kisi fm serta terdapat bentuk teks dan audio biasanya kami melakukan tapping program dan rekaman iklan .

Selain kami membuat konten yang beragam, Selain membuat konten, radio elpas kesulitan dalam menyiapkan konten diantara konten yang kami unggah bisanya kurang menarik di tonton radio elpas kesulitan dalam menyiapkan konten diantara konten yang kami unggah bisanya kurang menarik di tonton sehingga kolam komentar sepi sehingga sering menerima DM instagram dan krintikan pendengar

B. Variasi Konten Radio Elpas 94.1 FM

Dalam bagian ini peneliti menjelaskan Hasil penelitian dan pembahasan variasi konten yang disajikan oleh radio elpas , Pada tahap kedua ini peneliti menjelaskan pembaruan variasi konten yang dilakukan oleh radio elpas dengan cara menggunakan berbagai format mulai dari video , audio maupun gambar, Setelah format itu terbentuk dalam bentuk digital, barulah variasi konten mengacu pada kemampuan untuk menampilkan berbagai macam format dan itu hanya melalui satu media saja seperti instagram,facebook dan tiktok.

Menurut teori Konvergensi Konten yang dirumuskan oleh Henry Jenkins merupakan informasi-informasi yang bentuk audio, foto, tulisan dan video yang disatukan dengan sekreatif mungkin dan disebar luaskan kepada khalayak. Dengan strategi konvergensi konten yang bisa meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang di sajikan semuanya itu bisa dipertanggung jawabkan. Dalam menyampaikan informasi kepada khalayak tidak hanya lewat audio yang di siarkan lewat radio manual, tetapi juga lewat berbagai format berbentuk audio, foto dan video. Strategi ini memiliki dampak positif bagi khalayak. Informasi audio yang di siarkan lewat radio secara manual sedangkan dalam format teks, foto dan video disampaikan melalui media sosial yang dimiliki oleh Radio elpas. Ini menjadikan informasi yang disampaikan kepada khalayak bahwa berita tersebut benar adanya dan menjadi bukti bagi khalayak, selain itu juga mempermudah dalam penyiaran. Apabila khalayak ketinggalan dalam sebuah informasi yang di sampaikan saat penyiaran maka mereka bisa langsung mengakses melalui media sosial.



**Gambar 4. 7 Flayer Narasumber Talkshow
Sumber: Instagram Elpas, 2024**

Hal yang sama dilakukan oleh radio elpas dalam melakukan pembaruan variasi konten dengan menggunakan teori konvergensi konten yang dirumuskan oleh Henry Jenkins, elpas sendiri rutin memproduksi konten untuk diunggah di media sosial miliknya, yakni facebook, instagram serta tiktok. Pengunggahan konten tersebut telah disesuaikan format dari masing-masing platform. Misalnya konten gambar berupa *flayer* diunggah di akun media sosial facebook dan story instagram, sedangkan untuk video berupa konten hanya diunggah di akun media sosial instagram, facebook serta tiktok, namun pada format audio radio elpas tidak melakukan pembaruan pada segi kontennya di website pribadinya. Dengan ini pembaruan konten yang dilakukan radio elpas sudah sesuai dengan teori konvergensi konten. Seperti yang dipaparkan oleh Lidya Murni sebagai Station Manager 25 Mei 2024 pukul 13:00 berikut ini :

Iya variasi konten di elpas beragam mulai dari konten penyiar dan video iklan singkat yang kami unggah di Instagram dan tiktok, Sedangkan untuk flayer iklan produk serta flayer talkshow kilen yang berbentuk gambar dan teks kami unggah di facebook dan story instagram elpas (Lidya Murni, 2024)

Berdasarkan pemaparan Lidya Murni di atas, menunjukkan bahwa variasi konten yang ada di radio elpas sendiri kami menggunakan dalam bentuk video melalui konten dan iklan yang berisikan iklan yang berkerjasama dengan radio elpas itu sendiri, sebagai contohnya penyiar membuat konten berisikan tentang kegiatan saat siaran, Nah konten tersebut akan dishare melalui media sosial instagram dan tiktok tentunya, selain itu ada konten yang berbentuk gambar yang berisikan flayer program elpas ataupun talkshow klien, kebetulan juga radio elpas lebih aktif menggunakan facebook yang memiliki jumlah pengikut sebanyak 10 ribu followers serta story instagram, untuk konten tidak terlalu berbeda dengan yang ada di instagram serta Tiktok. sehingga itu sebagai cara kami dalam menarik pendengar baru

khususnya anak muda dengan menggunakan variasi konten yang sudah disesuaikan oleh formatnya.

Radio elpas Menyiarkan program dangdut hingga anak muda bukanlah hal yang mudah untuk dapat menarik banyak minat pendengar radio, terlebih eksistensi radio yang mulai tergeser oleh perkembangan media digital, maka dibutuhkan perencanaan yang tepat bagi stasiun radio seperti mengemas acara sebaik mungkin sesuai dengan kebutuhan pendengar dan juga dalam menyebarluaskan programnya, tidak hanya menggunakan satelit pemancar, tetapi juga merambah ke media digital.

Radio Elpas 94.1 FM merupakan salah satu radio yang mempunyai platform live streaming yakni <http://www.elpasfm.com> dimana khalayak dapat mendengarkan program radio tersebut dimanapun dan kapanpun, tidak terikat ruang dan waktu, hanya membutuhkan jaringan internet untuk dapat mengaksesnya. Selain itu, radio elpas juga mempunyai media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Tiktok, sendiri untuk menyebarkan informasi tentang iklan, program elpas, acara talkshow bersama kilen dan sebagainya. Bahkan interaksi antara penyiar dan pendengar dapat dilakukan melalui media sosial yang mereka punya saat ini. Perkembangan media digital yang makin pesat membuat radio beralih peran, dalam menyajikan konten diberbagai format radio menyebarkan informasi melalui media social dengan bentuk variasi konten. Contohnya variasi konten yang di gunakan oleh elpas berupa video yang berisikan konten siaran konvensional biasa kami membuat konten bersama bintang tamu di acara program goyang senggol yang disiarkan setiap senin sampe jumat, contohnya acara talkshow tentang berbincang sehat bersama pakar kesehatan kota bogor, narasumber memberikan informasi-informasi dan disiarkan melalui website streaming, setelah itu kami membuat tapping dari talkshow tersebut sedikit cupilkan konten yang kami share melalui instagram, facebook dan tiktok , karna radio elpas memiliki banyak program, elpas pun menerapkan konten yang multisegmen artinya pada setiap program elpas berbeda juga konten yang di sajikan , misalnya program goyang senggol kami lebih membuat konten seputar konten dangdut sesuai dengan target pendengar kami di umur 30an sedangkan untuk program 100% kami membuat konten sedang treading dikalangan anak muda. Selain itu kami juga sering mempromosikan Iklan kilen melalui website radio elpas setiap 10 menit penyiar memutar lagu. Sebagaimana menurut hasil wawancara anatara penulis dengan Anezasya selaku penyiar elpas sebagai berikut :

Ya, Konten yang disajikan berupa talkshow bersama narasumber yang dimana konten tersebut multisegmen yang dimana kontennya berbeda pada setiap programnya, selain itu radio elpas melakukan berpromosi iklan produk dalam bentuk format audio siaran yang dibacakan oleh penyiar(Anezasya, 2024).

Berdasarkan hasil wawancara dengan penyiar, Agnez selaku penyiar elpas menjelaskan sebuah media radio yang menerapkan variasi konten agar bisa bertahan harus menyajikan informasi dalam berbagai format mulai dari foto, audio, video dan sebagainya, penggunaan teknologi digital ini memungkinkan informasi yang diberikan oleh media massa berubah dan bermacam-macam menyesuaikan distribusi atau penyebarannya, Variasi konten ini sangat mungkin dilakukan apabila konten

yang diproduksi telah hadir didalam media soial radio elpas sendiri yang dihasilkan sebuah konten yang beragam dan berkualitas melalui internet. Dengan demikian, strategi konvergensi konten yang menyajikan berbagai macam format yang diterapkan oleh Radio elpas untuk mencapai konvergensi dapat mempermudah penyiar dan marketing, penyajian berbagai macam format tersebut terus diterapkan Radio elpas hingga kini agar dapat persaingan dengan media lain.

Kalo konten siaran konvensional biasa kami membuat konten bersama bintang tamu di acara program goyang senggol yang disiarkan setiap senin sampe jumat, contohnya acara talkshow tentang berbincang sehat bersama pakar kesehatan kota bogor, narasumber memberikan informasi-informasi dan disiarkan melalui website streaming, setelah itu kami membuat tapping dari talkshow tersebut sedikit cupilkan konten yang kami share melalui instagram, facebook dan tiktok , karna radio elpas memiliki banyak program, elpas pun menerapkan konten yang multisegmen artinya pada setiap program elpas berbeda juga konten yang di sajikan , misalnya program goyang senggol kami lebih membuat konten seputar konten dangdut sesuai dengan target pendengar kami di umur 30an sedangkan untuk program 100% kami membuat konten sedang treading dikalangan anak muda. Selain itu kami juga sering mempromosikan Iklan kilen melalui website radio elpas setiap 10 menit penyiar memutarakan lagu.



Gambar 4. 8 Konten Bersama Narasumber
Sumber: Instagram Elpas, 2024

Selain itu radio elpas memiliki hambatan dalam hal menyaji variasi konten yaitu mencari konten yang sesuai dengan target pendengar radio elpas dan juga

gambar yang di sajikan lebih jelas agar menarik pendengar, diperkuat dengan pemaparan oleh Wanda Adi Permana sebagai program director :

Kalo untuk hambatan yang dihadapi radio elpas yaitu segi kualitas video, kadang kalo kualitas video agak kurang bagus, pendengar kurang tertarik untuk melihatnya serta kurang tertarik untuk menglikes konten tersebut sehingga itu juga berdampak dengan kolam komentar yang sepi di media social elpas (Warda Adi Permana, 2024).

Berdasarkan pemaparan dari ketiga informan diatas, dapat disimpulkan bahwa variasi konten yang digunakan radio elpas dalam melakukan pembaruan dengan menggunakan teori Henry Jenkins, radio elpas menggunakan berbagai format diantaranya konten yang berbentuk video singkat yang kami unggah instagram ,tiktok dan fecebook berupa video singkat iklan,Konten talkshow kilen serta konten penyiar , selain itu ada konten yang foematnya berbentuk audio berupa Konten talkshow kilen serta konten penyiar , selain itu ada konten yang formatnya berbentuk audio berupa iklan yang dibacakan oleh penyiar 10 menit penyiar memutarakan lagu dan terakhir format uang berbentuk teks dan gambar secara visual berupa flyer iklan produk dan flyer talkshow yang di unggah di facebook dan stoy intagram elpas, selain menyebarkan informasi konten melalui berbagai format dan medianya , elpas juga mengalami hambatan dalam penyebarannya antara lain dari segi kualitas video, kadang kalo kualitas video agak kurang bagus ,sehingga pendengar kurang tertarik untuk melihatnya serta kurang tertarik untuk menglikes konten tersebut sehingga itu juga berdampak dengan kolam komentar yang sepi di media social elpas.

4.2.4 Model Bisnis Radio Kisi 93.4 fm dan Elpas 94.1 FM

A. Model Bisnis Radio Kisi 93,4 FM

Dalam bagian ini peneliti menjelaskan Hasil penelitian dan pembahasan Model bsinis yang digunakan oleh radio kisi fm , Pada tahap ketiga ini peneliti menjelaskan bahwa radio kisi fm memanfaatkan model bisnis sebagai proses kolaborasi dengan perusahaan lain dengan cara memperluas jumlah pendengar melalui produksi konten agar mendapatkan iklan atau endorsement. Berbagai format digital yang ada saat ini, membantu radio dalam berkerja sama dengan pengiklan. Para iklan dapat menempatkan produk yang ingin dipromosikan pada platform-platform digital milik radio kisi fm.

Menurut teori Henry Jenkins,Konvergensi bisnis ketika sebuah perusahaan mendominasi beberapa produk atau mempromosikan produk dalam industri yang sama. Hal tersebut sama yang dilakukan oleh radio kisi fm dalam melakukan model bisnis dengan menggunakan teori Konvergensi bisnis dengan cara pemasangan iklan di radio dengan mempromosikan produk yang dimiliki sehingga meningkatkan keuntungan bagi masyarakat terutama bagi pemasang iklannya. Media sosial dijadikan sebagai media promosi sehingga produk dinilai bisa mempermudah dalam mencapai target yang di inginkan.

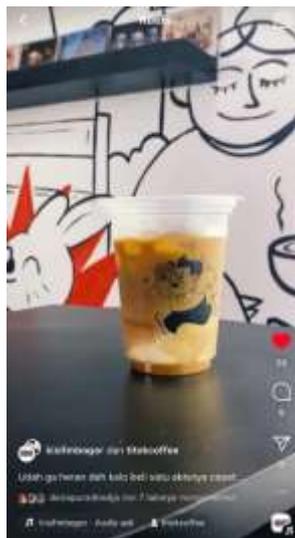
Pada penelitian terdahulu Strategi Konvergensi Radio Sebagai Upaya Perluasan Pasar Audience dan Iklan (Studi Kasus Pada Swaragama Fm (101.7 Fm), Geronimo Fm (106.1 Fm), Dan Prambors Radio (102.2 FM/95.8 FM)). Menjelaskan bahwa ketiga radio melakukan strategi yang sama untuk memperluas khayalak yakni *branding, promosi, positioning, riset*, dan memanfaatkan teknologi saat ini. Dari segi pemasang iklan, ketiga radio menawarkan paket pemasangan iklan di media sosial maupun on air yang disebut dengan *bandling*. Konvergensi telah mempengaruhi ketiga radio ini dengan meluasnya jangkauan khalayak hingga mancanegara, yakni Eropa, Amerika, Hongkong, Thailand dan Rusia. Begitu pun dengan pemasangan iklan dari brand nasional. Sehingga, hasil yang didapatkan oleh ketiga radio, yakni meningkatnya jumlah pendengar dan pemasang iklan di era konvergensi media saat ini yang berpengaruh terhadap sumber pendapatan ketiga radio.

Hal tersebut sama dengan penjelesan penelitian terdahulu di atas, bahwa radio kisi fm melakukan pembaruan di bagian model bisnis dengan menggunakan konsep konvergensi bisnis menurut teori Henry Jenkins dengan cara melakukan edomenent dengan menggunakan media sosial instagram sebagai media promosi, Kisi fm sendiri mempromosikan produk kilen adalah bentuk kisi fm untuk mendapatkan sumber pempapatan selain siaran on air, Hal ini diperkuat dengan pemaparan oleh Ramdani Dani Sebagai Station Manager berikut ini pemaparannya :

Kisi fm melakukan edomenemt mempromosikan produk bedak marcks melalui instagram. (Ramdani Dani, 2024)

Pemaparan dari Ramdani Dani mengungkapkan strategi bisnis yang dilakukan radio kisi dalam menunjang pendapatan melalui promosi di media social dan media konvensional berupa Instagram dan rekaman audio iklan yang disiarkan oleh radio kisi pada tiap harinya. Dengan begitu, terjadi konvergensi Bisnis pada proses konvergensi media ini. Konvergensi bisnis berfungsi untuk memberikan keuntungan pada suatu perusahaan media dengan menggabungkan beberapa media. Dalam hal ini, radio kisi fm melakukan proses konvergensi bisnis dengan penggabungan promosi iklan di radio jaringan dan media sosial. Selain dari iklan, radio kisi fm juga memiliki bisnis lain untuk mendapatkan biaya pemasukan yang lebih. Karena pada kenyataannya, radio tidak dapat mengandalkan dengan siaran konvensional saja, sehingga perlu adanya kerja sama dengan perusahaan lain

Pemaparan dari Ramdani Dani mengenai Radio tidak bisa hanya mengandalkan siaran Konvensional saja, Dalam konvergensi bisnis kisi fm mempunyai proses nya sendiri dengan cara melakukan edomenent dengan menggunakan media sosial yang merupakan salah satu cara yang dilakukan radio kisi dalam menerapkan konvergensi bisnis.



Gambar 4. 9 Edomenent Kopi
Sumber: Instagram KISI FM, 2024

Kalo sejauh ini sumber pendapatan radio kisi fm sendiri selain dari iklan radio Steaming ,kita juga memiliki media lain sebagai sumber pendapatan radio kisi yang berupa media sosial, melalui Instagram Kisi FM juga mempromosikan produk atau endorsement sehingga dapat menghasilkan sumber pendapatan. Serta Dengan melibatkan media social Instagram, radio tidak hanya memperkuat dampak iklan audio mereka tetapi juga menciptakan pengalaman merek yang lebih holistik dan interaktif bagi pendengar. sehingga dapat menghasilkan sumber pendapatan..diperkuat dengan pemaparan oleh Deira Sebagai Penyiar berikut ini pemaparannya

Sebagai contoh ya kami baru-baru menerima endorsement produk kopi , kami membuat konten pun dengan melibatkan media social Instagram dan tiktok dalam mempromosikan produk tersebut, Selain itu radio tidak hanya memperkuat sumber pendapatan tetapi juga menciptakan pengalaman merek yang lebih holistik dan interaktif bagi pendengar (Deira, 2024).

Konvergensi media di era digital, media sosial bukan hanya tempat atau sarana menyebarkan informasi siaran, informasi program, akan tetapi sebagai sarana untuk promosi program acara dan promosi iklan. Jadi tidak hanya dapat untuk menarik audience saja, media sosial mempunyai pengaruh untuk para pengiklan tertarik bekerja sama.

Dengan kebijakan penerapan konvergensi media yang dilakukan oleh radio kisi fm menjadi tantangan dan hambatan tersendiri bagi seluruh staff produksinya. Karena perkembangan teknologi yang cukup pesat, sebagai radio komersial lokal Bekasi harus mempunyai sifat media yang cepat, tepat, dan akurat dalam pemberitaan. Tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh radio kisi fm juga berasal dari teknis ketika siaran dan pada teknologi yang semakin berkembang.

Tantangannya kami sebagai radio di era digital sekarang ini dengan banyaknya saingan seperti influencer dan selebgram yang secara langsung dilihat dari

jumlah followers lebih besar di bandingkan radio ,jadi kilen pun kalo ingin pengiklan di radio juga sudah jelas ya melihat *followers dan liked* video yang di posting di media social kisi fm dulu. Nah itu juga jadi tantangan kita makanya udah 2 tahun kebelakangan ini radio kisi fm sebagai radio ingin memperkuat di bagian sosmednya supaya kita bisa bersaing dengan *influencer* dan selebgram di media sosial sedang untuk hambatan yang kami hadapi harus membuktikan jumlah pendengar kepada kilen, sedangkan untuk jumlah pendengar agak sulit di dapat karna data nya melalui *survey*. diperkuat dengan pemaparan oleh Deira Sebagai Penyiar berikut ini pemaparannya

Hambatannya ketika kilen memasang adils di radio kisi fm otomatis kilen meminta data pendengarnya sedangkan data tersebut susah di dapatkan karna data hasil survey nieslen(Almon Rista, 2024).

Berdasarkan pemaparan dari ketiga informan diatas dapat disimpulkan bahwa radio Kisi FM memiliki caranya sendiri dalam memperbarui model bisnis dengan cara melakukan kolaborasi dengan perusahaan lain melalui endorsement Produk dan berkerjasama dengan perusahaan lain, Dengan Melakukan endorsement produk kopi yang berikan oleh kilen, radio kisi fm melibatkan instagram dalam media promosi, sedangkan untuk kerjasama dengan perusahaan lain kisi fm mendapatkan iklan produk kosmetik bedak yang dipromosikan melalui rekaman iklan yang disiarkan oleh radio kisi fm.

Selain itu, terdapat hambatan yang dihadapi oleh radio kisi fm dalam menarik kilen untuk bekerjasama antara lain ketika kilen memasang adils di radio kisi fm otomatis kilen meminta data pendengarnya sedangkan data tersebut susah di dapatkan karna data hasil survey nieslen.

B. Model Bisnis Radio Elpas 94.1 FM

Secara bisnis, dengan berubahnya radio yang diakibatkan oleh konvergensi mengakibatkan terciptanya peluang-peluang bisnis. Konvergensi Bisnis menurut radio kisi fm adalah dampak perubahan media konvensional menjadi media digital. Jika elpas tidak melakukan konvergensi maka perekonomian pada radio elpas tidak akan mengalami konvergensi juga. Karena, melalui siaran streaming, ekonomi dapat berkonvergensi pula melalui media sosial dengan mengunggah layanan iklan pada media sosial, sehingga banyak masyarakat yang kemudian tertarik.

Dari penjelasan Teori Henry Jenkins Radio elpas memperbarui konvergensi bisnis dengan cara melakukan promosi atau produk- produk iklan yang bagus, ketika klien melakukan media order seperti program acara Talkshow pihak Radio elpas akan mempersiapkan studio, materi dan lain sebagainya. Perluasan pasar bukan saja pada pendengar, tapi dapat berpengaruh terhadap iklan yang masuk ke radio. Iklan pada radio bukan hanya melalui siaran, tapi juga melalui website dan media sosial lainnya. Konvergensi bisnis yang dilakukan Elpas merupakan pemanfaatan dari teknologi yang berkembang pada saat ini, melalui media sosial periklanan di share dan mendapatkan konsumen.Melalui media sosial radio elpas mengunggah iklan melalui Instagram dan facebook Sebagai promosi , selain itu pada siaran on air elpas

mempromosikan Iklan yang di mutar melalui siaran streaming, hal tersebut mengundang perhatian khalayak ketika melihat program acara tersebut dan dapat mendatangkan konsumen untuk memasang iklan.

Pada penelitian terdahulu Strategi Konvergensi Radio Sebagai Upaya Perluasan Pasar Audience dan Iklan(Studi Kasus Pada Swaragama Fm (101.7 Fm), Geronimo Fm (106.1 Fm), Dan Prambors Radio (102.2 FM/95.8 FM)). Menjelaskan bahwa ketiga radio melakukan strategi yang sama untuk memperluas khayalak yakni *branding, promosi, positioning, riset*, dan memanfaatkan teknologi saat ini. Dari segi pemasang iklan, ketiga radio menawarkan paket pemasangan iklan di media sosial maupun on air yang disebut dengan *bandling*. Konvergensi telah mempengaruhi ketiga radio ini dengan meluasnya jangkauan khalayak hingga mancanegara, yakni Eropa, Amerika, Hongkong, Thailand dan Rusia. Begitu pun dengan pemasangan iklan dari brand nasional. Sehingga, hasil yang didapatkan oleh ketiga radio, yakni meningkatnya jumlah pendengar dan pemasang iklan di era konvergensi media saat ini yang berpengaruh terhadap sumber pendapatan ketiga radio.



Gambar 4. 10 Flayer Produk Wings dan Iklan Kesehatan
Sumber: Instagram Elpas,2024

Hal tersebut sama dengan Penjelasan diatas, Bahwa radio elpas melakukan model bisnis dengan menggunakan teori konvergensi bisnis Menurut Henry Jenkins dengan cara melakukan mempromosikan Iklan kilen yang di unggah di media sosial instagram dan facebook ,Iklan tersebut berupa Iklan Produk, Iklan kesehatan, program televisi, serta mempromosikan film melalui siaran langsung dengan cast film tersebut , Dengan ini elpas melakukan pembaruan model bisnis untuk mendapatkan sumber pendapatan.Pernyataan tersebut dipaparkan oleh Station Manager, yaitu Lidya Murni sebagai berikut:

Iklan yang kami promosikan melalui flayer dan video yang di unggah di intagram serta fecabook berupa produk wings ,Iklan informasi kesehatan, program televisi family 100 dan take me out , selain itu kerjasama dengan PH film (Lidya Kurnia, 20224 .

Pemaparan dari Lidya Murni mengungkapkan bahwa Kalo untuk kerjasama dengan kemintraan lain kami sendiri melibat media sosial sebagai media promosi

Radio elpas sendiri memiliki cara lain dengan mempromosikan produk kilen yang berupa mempromosikan melalui rekaman iklan yang kami play saat siaran langsung dan mempromosikan melalui media social instagram serta facebook. Serta terdapat kerjasama dengan media digital lainnya seperti mempromosikan program televisive family 100 dan take out melalui flyer , dan terdapat informasi kesehatan yang di bagikan radio elpas melalui akun instagram pada setiap Kamis , dan terakhir kami berkerjasama dengan PH film (prosedur house), dari banyak iklan yang berkerjasama dengan elpas adalah salah satu cara kami, dalam melakukan konvergensi bisnis agar mendapatkan sumber pendapatan, selain mengandalkan siaran streaming.



Gambar 4. 11 *Flayer Profram Family 100 & Take Me Out dan Flayer Film*
Sumber: Instagram Elpas,2024

Konvergensi harus dilakukan karna perkembangan teknologi, istilahnya dahulu masyarakat berkumpul dipasar, sekarang masyarakat berkumpul di media social yakni instagram dan facebook, jadi dengan berkembang zaman dan teknologi, radio elpas yang awalnya hanya sebuah radio saja berkembang atau berkonvergensi dengan internet. Karna masyarakat saat ini telah berkerumun di media sosial, untuk dampak baiknya saat membantu menjangkau pasar atau marketing kita, Dengan begitu, radio elpas berkonvergensi dengan media, akan tetapi konvergensi hanya sebagai pendorong atau penggerak, elpas mempunyai pemancar, elpas tetap sebagai radio seperti media gital di bogor yang tetap dikenal dengan saluran gelombang FM meskipun kita sudah berkonvergensi pada radio streaming.

Selain itu terdapat strategi yang digunakan oleh radio elpas, karna sedikit bocoran saya sebagai penyiar juga merangkap sebagai marketing, jadi setiap kilen yang beriklan di radio elpas, kami pun memberikan bonus tambahan berupa promosi di akun media *social* instagram. Jadi selain radio elpas mencari keuntungan dari iklan tersebut , kami pun memberikan fendback untuk kilen berupa promosi tambahan, Pemaparan tersebut diperkuat oleh Aneztasya sebagai Penyiar Elpas :

biasanya kami menggunakan platfom media dalam promosi iklan .Jadi ada beberapa pilihan untuk kilen-kilen yang beriklan di radio elpas, misalnya 10 kali tayang dalam sehari, kita kasi bonus berupa postingan iklan produk kilen 2 kali di Instagram elpas ,sehingga Untuk iklan selain kita memasang pada radio manual, kita juga memasang iklan pada sosial media.(Aneztasya, 2024).

Anezasya selaku penyiar radio elpas dalam wawancara menjelaskan bahwa Perluasan pasar bukan saja pada pendengar, tapi dapat berpengaruh terhadap iklan yang masuk ke radio. Iklan pada radio bukan hanya melalui siaran, tapi juga melalui media sosial lainnya.

Konvergensi bisnis yang dilakukan radio elpas merupakan pemanfaatan dari teknologi yang berkembang pada saat ini, melalui media sosial periklanan di share dan mendapatkan konsumen. Selain itu, seluruh iklan dan program acara yang akan ditayangkan di di media sosial intagram radio elpas agar dapat menjangkau khalayak. Anezasya menjelaskan biasanya kami menggunakan platfom media dalam promosi iklan .Jadi ada beberapa pilihan untuk kilen-kilen yang beriklan di radio elpas, misalnya 10 kali tayang dalam sehari, kita kasi bonus berupa postingan iklan produk kilen 2 kali di Instagram elpas ,sehingga Untuk iklan selain kita memasang pada radio manual, kita juga memasang iklan pada sosial media. Jadi, internet hanya sebatas pendorong atau penggerak. Radio elpas tidak bersifat seimbang tidak komersial, komersialisasi iklan di radio elpas bukan kepada pencarian untung akan tetapi lebih kepada menjadi tolak ukur sejauh mana elpas di dengar.

Penjelasan teori dengan penerapan di lapangan adalah radio elpas kurang lebih telah menerapkan teori konvergensi bisnis dengan mengontrol beberapa produk Iklan agar dapat dikonsumsi oleh pasar dengan baik sesuai dengan kebutuhan dan ketertarikan pasar. Namun, program yang berada di elpas yaitu tataliasih kurang aktif dalam hal melakukan promosi silang pada media yang berkonvergenis juga. anezasya menjelaskan bahwa promosi silang sempat dilakukan oleh radio elpas dengan media gital lainnya seperti radar bogor , akan tetapi hal tersebut telah lama berlalu, dan kegiatan promosi. silang saat ini tidak aktif dilakukan, hal ini menjadi perencanaan kedepan bagi pihak.

Pengembangan usaha untuk mengaktifkan kembali promosi silang karena, dengan melakukan promosi silang dengan media massa lainnya dapat memberikan banyak manfaat salah satunya adalah proses pengiklanan akan ramai. Adapun jenis dan rate iklan secara On Air, diantaranya adalah:

a. *Spot* (30.000/Spot)

Iklan radio dalam bentuk rekaman yang diputar di sela-sela acara, durasi 60 detik, disertai sound effect, suara talent voice over yang renyah, sehingga bisa menciptakan theater of mind bagi yang mendengarkan iklannya. Bertujuan untuk menciptakan awareness atau kesadaran terhadap sebuah informasi atau produk.

b. *Adlib* (40.000/Adlib)

Iklan radio berupa penyampaian informasi layanan ataupun produk yang langsung disampaikan oleh penyiar di sela acara. Durasi maksimal 1 menit.

c. *Talkshow* (500.000/Talkshow)

Iklan radio berupa siaran dialog membahas tentang sebuah topik yang sedang hangat di tengah masyarakat, menghadirkan narasumber yang berkompeten, menerima respon dari pendengar melalui telepon ataupun pesan whatsapp ataupun media sosial lainnya. Durasi 45 menit.

d. *Sponsor Program* (500.000/Blocking)

Iklan radio berupa pemutaran beberapa kali spot atau adlib dalam satu program acara yang berdurasi 60 menit dengan penekanan acaratersebut disponsori oleh klien pemesan sponsor program.

e. Kuis (150.000/Kuis)

Iklan radio berupa pertanyaan berhadiah (kuis) berdurasi 15 menit, dibawakan secara live oleh penyiar, salah satu teknik promosi yang sangat diminati pendengar. Setiap pemasangan iklan juga akan dibagikan (posting) di media sosial berupa flyer sebagai benefit dan booster agar mendapatkan atensi masyarakat (konsumen) lebih banyak lagi.

Selain itu terdapat hambatan radio elpas dalam menarik kilen dalam beriklan yaitu harus bersaing dengan media gital lainnya agar tetap eksis Era Digitalisasi saat ini, Pemaparan tersebut diperkuat oleh Wanda Adi Permana sebagai Program Director :

Hambatan elpas harus bersaing dengan media gital karna banyak kilen yang lebih tertarik beriklan di media di gital di bandingkan radio (Warda Adi Permana, 2024).

Berdasarkan ketiga pernyataan dari key informan, dapat diambil kesimpulan bahwa radio elpas menggunakan pembaruan model bisnis dengan menggunakan teori konvergensi bisnis menurut Henry Jenkins dengan menggunakan kerjasama antara dua media yang saling mempromosikan, elpas melibatkan media social sebagai media promosi

Sumber pendapatan yang di hasilkan oleh radio elpas melalui beberapa iklan kilen yang di promosikan antara lain Iklan wings dan program acara *televisi family 100 dan take me out* yang di unggah melalui intagram elpas , selain terdapat kerja sama yang elpas lakukan bersama PH film yaitu mempromosikan film bersama cast film tersebut melalui On air. Selain itu terdapat hambatan yang hadapin oleh elpas dalam menarik kilen antara lain elpas harus bersaing dengan media gital karna banyak kilen yang lebih tertarik beriklan di media di gital di bandingkan radio.

4.2.5 Manajemen Kerja KISI FM dan Elpas

A. Manajemen Kerja KISI fm

Dalam bagian ini peneliti menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan manajemen kerja yang digunakan oleh radio kisi fm , Pada tahap keempat ini peneliti menjelaskan Radio Kisi 93.4 FM tidak menuntut para karyawan harus memiliki kemampuan lebih dari satu, Radio Kisi 93.4 FM hanya menawarkan tugas tambahan di luar tugas utamanya, hal demikian dilakukan dengan tujuan untuk melatih dan meningkatkan kemampuan para pekerja. Walaupun begitu, beberapa karyawan di Radio KISI 93.4 FM saat ini memiliki kemampuan lebih dari satu dengan dibuktikan beberapa karyawan tersebut diberikan tanggung jawab di lebih dari satu peran dan posisi. Misalnya ada penyiar yang bertugas selain siaran, ia juga mengisi suara iklan, dan menjadi tim marketing.

Menurut Henry Jenkins konsep konvergensi profesional, yakni penyiar dituntut beradaptasi dengan habitat teknologi yang berkembang, yang membutuhkan keterampilan profesional baru dan sarana organisasi yang juga diperbaharui, Hal

tersebut sama dilakukan oleh Radio kisi fm , dalam melakukan Manajemen kerja dengan cara menawarkan kepada salah satu karyawan radio kisi fm di luar pekerjaannya, Seperti penyiar kisi fm yang di tuntun menjadi divisi media sosial , dengan dibantu oleh teknologi seperti media sosial, penyiar sekaligus divisi media sosial dapat mengembangkan konten pada sebuah program, selain itu kisi fm memiliki kendala pada sumber daya manusianya yang terbatas sehingga mengharuskan staff kisi fm melakukan double job agar radio kisi fm dapat berjalan dengan baik.

Dalam penelitian terdahulu yang berjudul MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DI ERA KONVERGENSI MEDIA PADA LPPL RADIO MANDIRI FM CILEGON, Jurnal komunikasi Sindi Novriana (2016) menjelaskan bahwa Pada sistem pengadaan sumberdaya manusia, perubahan khususnya terjadi pada, adanya penambahan jabatan pada bagian pengoperasian radio streaming dan media sosial. Pada tahapan pelatihan dan pengembangan karyawan, manajemen LPPL menambahkan pelatihan mengenai program-program baru yang digunakan seperti radio streaming. Pada tahapan penilaian dan pemberian reward karyawan juga tidak banyak mengalami perubahan, sasaran kerja pegawai (SKP) masih digunakan tanpa mengubah sistem penilaian terdahulu. Perubahan lainnya yang dirasakan LPPL Radio Mandiri FM Cilegon adalah meningkatnya jumlah pendengar sehingga menumbuhkan motivasi pegawai khususnya penyiar, penyebaran informasi lebih luas, interaksi dengan pendengar menjadi lebih mudah dengan menggunakan media sosial. Kendala yang turut hadir dalam proses tersebut adalah masalah karyawan yang tidak disiplin terhadap pekerjaan, solusi yang diambil adalah dengan melakukan pendekatan terhadap karyawan yang bermasalah tersebut. Selain itu kendala lainnya adalah kurangnya jumlah sumberdaya manusia, dan diawal penggunaan radio streaming kurangnya kemampuan sumberdaya manusia untuk mengelola.

Hal tersebut sama dengan penjelasan diatas , bahwa radio kisi fm melakukan manajemen kerja dengan menggunakan konsep teori konvergensi profesional menurut Henry Jenkins dengan cara menawarkan karyawan kisi fm melakukan jobdeck di luar dari tanggung jawabnya, Dani berpendapat bahwa terdapat keahlian lain yang ia kerjakan di radio kisi fm selain sebagai Station Manager, pemaparan ini dijelaskan kembali oleh Ramdani sebagai Station Manager Kisi FM :

Iya, selain menjadi station manager yang tugasnya Mengawasi program siaran dan mengatur jadwal program ,saya pun merangkap juga menjadi teknisi yang tugasnya mengecek website. serta saya pun mengisi suara dalam noise iklan lyang beranda di Radio Kisi 93.4 FM (Ramdani Dani, 2024)

Ramdani Dani dalam wawancara menjelaskan bahwa Karena hal tersebut, radio Kisi FM harus mempunyai sumber daya manusia yang dapat melaksanakan tugas, teknis, dan menyusun program dengan baik. Kualitas sumber daya manusia atau pekerja radio kisi fm agar sesuai dengan standar yang sama . seperti station manager yang mempunyai keahlian lain seperti nisi yang tugasnya mengecek website. serta saya pun mengisi suara dalam noise iklan lyang beranda di Radio Kisi 93.4 FM. "Dengan memilih bekerja di lebih dari satu divisi tentunya memiliki tugas yang berat dan tantangan yang harus dihadapi seperti harus memiliki kemampuan lebih dari satu, menyelesaikan pekerjaan yang lebih dari satu dalam waktu yang bersamaan dan harus mengejar waktu tak jarang, dengan multitasking seperti ini membuat pekerjaan

terselesaikan kurang maksimal. Hal demikian merupakan sudah menjadi tanggung jawab konsekuensi atas pilihan karyawan kisi



Gambar 4. 12 Bagan Manajemen Kerja Radio KISI fm
Sumber : KISI FM , 2024

Secara tidak langsung konvergensi media kini membentuk pekerja radio dapat bekerja secara multitasking. Multitasking merupakan kegiatan yang mempunyai dua atau lebih tugas dan dilakukan dalam waktu yang bersamaan." Konvergensi media membuat staf produksi harus dapat mengemas dua media sekaligus, yaitu media konvensional dan media baru. Sehingga cara kerja karyawan produksi menjadi lebih cepat dan kreatif, khususnya untuk media-media yang kurang sumber daya manusia atau pekerjanya. Radio kisi dalam hal ini, bisa dikatakan iya dan tidak dalam staf produksi yang melakukan multitasking di setiap pekerjaannya. Dalam proses bekerja biasanya tetap terfokuskan pada satu pekerjaan saja, namun karena kurangnya staff produksi membuat untuk saling membantu dalam proses produksinya, Seperti yang dirasakan oleh penyiar yang harus merangkap menjadi reporter yang bertugas atau difokuskan untuk mencari berita di Lapangan, Seperti yang dipaparkan oleh Deira selaku Penyiar Kisi FM :

Penyiar kita juga harus siap menjadi reporter ataupun Sebaliknya. Walaupun memang fokusnya harus satu- satu. Akan tetapi, sekarang mau tidak mau eranya Begitu dan yang terjadi di kisi fm seperti itu, teman-Teman reporter sekarang siaran, teman-teman penyiar Tetap siaran juga bisa buat konten di instagram dan live Instagram (Deira,2024)

Dari kedua Pemaparan diatas, menyatakan mengenai Secara tidak langsung konvergensi media kini membentuk pekerja radio dapat bekerja secara multitasking. jadi Karyawan Kisi FM harus memiliki keahlian lain agar menunjang produksi secara konten maupun teknis. Hal hasil wawancara dari Program Director Almond Rista selain menjadi program director , saya juga merangkap sebagai penyiar ,pengisi suara iklan serta editor, "Kebetulan pengambilan gambar, video, dan pengisi suara dilakukan oleh saya sendiri. Biasanya untuk konten audio Visual disisipkan efek

suara, teks, gambar, dan lainnya yang dikerjakan oleh anak magang bagian divisi media. Jadi program director bekerja sama dengan divisi media sosial untuk konten media sosial, sedangkan program director menjadi salah satu penyiar program di kisi fm yaitu *Bogor in the morning*. Selain itu terdapat hambatan yang dihadapi karyawan kisi fm, khususnya program director dalam manajemen kerja yang dilakukan oleh radio kisi fm antara lain sumber daya manusia yang menjalankan. Penggunaan streaming tidak dapat disamakan dengan penggunaan pemancar radio analog seperti sebelumnya. Streaming radio membutuhkan sumberdaya manusia baru untuk menjalankannya. Kebutuhan akan sumberdaya manusia baru merupakan sebuah pilihan yang hadir ditengah-tengah era konvergensi media ini. Inilah salah satu tugas manajemen sumberdaya manusia untuk mengadakan kebutuhan sumberdaya manusia yang baru yang diperlukan oleh perusahaan.. Seperti yang dipaparkan oleh Almon Rista selaku Program Director Kisi fm :

beberapa pekerjaan harus dikerjakan oleh satu pegawai sekaligus. Dalam hal ini mengurangi kesejahteraan pegawai serta kurangnya pegawai membuat kisi fm sempat mendatangkan operator untuk streaming radio dari luar daerah (Almon Rista,2024).

Berdasarkan ketiga pernyataan, dapat ditarik kesimpulan bahwa radio kisi fm menggunakan manajemen kerja dengan cara Menawarkan kepada karyawan kisi fm dengan pekerjaan lain di luar tanggung jawabnya , diantaranya penyiar yang tugasnya menyiarkan program, ia pun harus merangkap menjadi reporter untuk membuat berita yang akan di unggah dimedia sosial instagram kisi fm sedangkan station manager tugasnya mengawasi jalan program radio , ikut andali menjadi teknisi , Karna memang ada beberapa faktor yang membuat kisi fm harus melakukan jobdeck salah satunya kekurangan sumber daya manusia sehingga Dengan adanya keahlian multitasking yang di peroleh karyawan kisi dapat menjadi bukti eksistensi sebuah radio dan memiliki kemampuan multitasking mempengaruhi beberapa karyawan di Radio kisi fm dalam memiliki kemampuan lebih dari satu dengan dibuktikan beberapa karyawan tersebut diberikan tanggung jawab di lebih dari satu peran dan posisi. Selain itu terdapat hambatan yang dihadapi radio kisi fm dalam manajemen kerja yaitu beberapa pekerjaan harus dikerjakan oleh satu pegawai sekaligus. Dalam hal ini mengurangi kesejahteraan pegawai serta kurangnya pegawai membuat kisi fm sempat mendatangkan operator untuk streaming radio dari luar daerah.

B. Manajemen Kerja Radio Elpas

Sedangkan untuk radio elpas sendiri dalam bagian ini peneliti menjelaskan, hasil penelitian dan pembahasan Manajemen yang digunakan oleh radio elpas , Pada tahap keempat ini peneliti menjelaskan manajemen kerja elpas diartikan bahwa dalam suatu perusahaan media terjadi koordinasi antar pekerja atau koordinasi lintas divisi yang saling bekerjasama, terlepas dari tuntutan bahwa seorang pekerja harus memiliki kemampuan multitasking untuk bisa mengerjakan semua hal. Namun, koordinasi tetap dibutuhkan karena masing-masing divisi sebetulnya saling membutuhkan dan tidak bisa berdiri sendiri. Tapi radio elpas juga menawarkan

kepada karyawan pelatihan khusus agar karyawan memiliki keahlian tidak hanya mengandalkan divisi lain saja.

Menurut Henry Jenkins, teori konvergensi Profesional pada radio, menjadikan pekerja media yang multiskill dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan dan pekerja itu sendiri. Bagi perusahaan, dengan mewajibkan pekerjanya memiliki banyak keterampilan, maka perusahaan tidak perlu menerima banyak karyawan dan perusahaan hanya perlu memaksimalkan dan memfasilitasi pelatihan untuk para karyawan yang ada, sehingga dapat mengurangi pengeluaran untuk gaji karyawan. Bagi karyawan, dengan memiliki banyak keterampilan menjadikan daya tarik bagi perusahaan dan memiliki banyak peluang untuk bekerja dalam berbagai profesi di industri penyiaran radio.

Dengan Penjelasan di atas dapat disimpulkan, bahwa radio elpas melakukan Konsep Konvergensi profesional menurut Henry Jenkins dengan cara melakukan manajemen kerja yang multitasking tapi tetap melibatkan divisi lain dalam suatu pekerjaan, contohnya ketika penyiar elpas harus diturun langsung menjadi music director yang bertugas memasukkan playlist yang ada didalam computer untuk dimutar ketika proses siaran berlangsung, dan penyiar yang harus merangkap menjadi marketing yang mengurus iklan yang masuk di radio elpas dibantu oleh divisi media sosial untuk berkoordinasi dalam pemasangan iklan di media sosial radio elpas.

MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DI ERA KONVERGENSI MEDIA PADA LPPL RADIO MANDIRI FM CILEGON, Jurnal komunikasi Sindi Novriana (2016) menjelaskan bahwa Kehadiran era konvergensi media memunculkan perubahan teknologi yang serba baru. Perubahan terjadi baik dalam hal teknik, fitur dan aplikasi maupun pada sumberdaya manusia. Sumberdaya manusia dituntut agar lebih berkompeten untuk menyeimbangkan teknologi yang ada. Dalam perkembangan media seperti saat ini, baik radio komersil maupun non komersil harus mampu menyesuaikan diri untuk mempertahankan pendengar dan eksistensi radio. Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Radio Mandiri FM Cilegon merupakan radio milik pemerintah, yang harus mengikuti perkembangan dan perubahan tersebut. Perubahan teknologi mempengaruhi manajemen sumberdaya manusia pada LPPL Radio Mandiri FM Cilegon. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses manajemen sumberdaya manusia pada LPPL Radio Mandiri FM Cilegon di era konvergensi media, serta mengetahui kendala atau hambatan apa yang terjadi selama proses tersebut berlangsung.

Hal tersebut sama dengan penjelasan diatas, bahwa radio elpas melakukan manajemen kerja dengan menggunakan konsep teori konvergensi profesional menurut Henry Jenkins dengan melakukan salah satu strategi konvergensi media yang dilakukan radio elpas untuk meningkatkan kinerja karyawan, agar semakin banyak yang dihasilkan, namun sedikit yang dikeluarkan, karena secara otomatis anggaran untuk menggaji karyawan pun tidak sebanyak jika karyawan ditambah. Namun secara umum, Salah satu hal yang paling identik dengan konvergensi media adalah karyawan dituntut untuk memiliki kemampuan multitasking, sehingga bisa melakukan banyak hal secara mandiri. Hal ini juga terjadi di Radio elpas dimana produktivitas karyawan benar-benar dimaksimalkan. Seorang penyiar tidak hanya bertugas untuk siaran, namun juga merangkap menjadi posisi lain sesuai jabatannya

dalam jenjang karier. Hal ini elpas pun membutuhkan koordinasi bersama divisi lain agar menciptakan proses yang baik secara konten maupun programnya Radio elpas sebagai radio dengan format family station memiliki banyak program acara yang disiarkan selama 24 jam dalam sehari selama seminggu. Program- program tersebut bisa dinikmati oleh semua kalangan, mulai dari remaja, hingga orangtua. Jam siaran yang terbilang sangat padat dalam sehari menunjukkan bahwa produktivitas siaran merupakan hal yang penting untuk dilakukan. Radio elpas memahami bahwa kebutuhan pendengar tidak lah sama. Artinya, tidak semua pendengar akan mendengarkan radio pada pagi hari atau malam hari saja. Ada beberapa kelompok pendengar yang justru butuh mendengarkan radio di waktu yang tidak lazim, seperti dini hari saat orang lain tengah beristirahat. Oleh sebab itu, elpas mencoba memaksimalkan produktivitas siaran agar dapat memenuhi kebutuhan- kebutuhan pendengar tersebut, Pernyataan tersebut dipaparkan oleh *Station Manager*, yaitu Lidya Murni yang dilakukan di elpas pada Sabtu 25 Mei 2024 mengungkapkan sebagai berikut :

Kalo untuk keahlian lain tidak ada ya , saya sebagai station manager sudah di berikan tanggung jawab dan jobdesk masing -masing, tapi kalo untuk program director sendiri merangkap sebagai teknisi jadi tidak semua mendapat keahlian multitasking(Lidya Kurnia,2024).

Lidya Murni menjelaskan bahwa karyawan elpas dituntut multitasking tapi juga perlu adanya kerjasama dari divisi lain agar terciptanya sebuah program dan konten yang baik dan dapat dinikmati oleh pendengar setia elpas sendiri, Dengan adanya sumber daya manusia membantu sebuah media digital dalam berkembang, tapi ada beberapa karyawan yang memang sudah diberikan tugas dan tanggung jawab secara bersama selain ,Jadi kebetulan elpas sendiri memberikan kesempatan untuk penyiar berkreasi, selama kami tidak tampilkan selama tidak melanggar kode etik penyiar dimana kami tidak boleh ngomongin agama,kekerasan serta politik saat siaran berlangsung,biasanya penyiar elpas diberikan kebebasan dalam berkreasi melalui media social sebagai kebutuhan penyiar dalam menyampaikan informasi dan jdalam mengembangkan keterampilan biasa karyawan elpas berkolaborasi Pernyataan tersebut dipaparkan oleh penyiar, yaitu Aneztya yang d mengungkapkan sebagai berikut.

penyiar harus merangkap menjadi tim Marketing. Kayak contoh nya misalkan penyiar selain di tuntun dalam siaran , Saya pun merangkap menjadi Marketing yang mempromosikan sebuah Iklan di radio melalui siaran Langsung, Selain itu Penyiar berkoordinasi bersama Divisi media sosial dalam pemasangan iklan di media sosial, Hal ini sebagai bentuk menarik jumlah pendengar atau penonton(Aneztya, 2024).

Aneztya sebagai penyiar memaparkan bahwa Koordinasi menjadi dimensi terakhir dalam konvergensi media. Dimensi ini muncul karena proses koordinasi akan membantu memaksimalkan kinerja masing-masing divisi yang ada dalam suatu perusahaan media. Pada elpas sendiri, koordinasi selalu dilakukan dalam berbagai

proses operasional radio, baik proses siaran, maupun proses produksi konten. Contohnya, penyiar merangkap sebagai divisi Marketing akan bekerjasama dengan divisi Media Sosial dalam pemasangan iklan. Hal ini lantaran mayoritas klien selalu meminta iklannya juga dipasang di media sosial, selain disiarkan pada saat siaran. Sebaliknya, divisi Media Sosial juga akan berkoordinasi dengan divisi Marketing terkait dengan bentuk iklan yang akan diunggah, karena hal ini berkaitan dengan konten yang akan mengisi media sosial itu sendiri.



Gambar 4. 13 Bagan Manajemen Kerja Radio Elpas
Sumber : Elpas, 2024

Intinya, terjadi sebuah proses yang saling membutuhkan satu sama lain. Meski penyia dituntut untuk menjadi single fighter yang bisa melakukan semua tanggung jawabnya sendiri, namun rantai koordinasi tetap tidak bisa dilewatkan. Artinya, dalam menjalankan suatu perusahaan, dalam hal ini adalah perusahaan radio, masing-masing karyawan yang bekerja perlu melakukan proses koordinasi agar bisa menyelesaikan satu proses dengan baik. Singkat kata, konvergensi media melahirkan satu konsep unik, dimana seorang pekerja dalam suatu media dituntut untuk memiliki kemampuan multitasking agar bisa menjadi single fighter yang bisa menyelesaikan tugasnya masing-masing, namun disini lain juga harus berkoordinasi dengan pekerja lain karena di dalamnya terdapat suatu rantai kerjasama yang saling menghubungkan pada proses operasionalnya. Seperti program director untuk program director selain mengawasi program-program yang ada di elpas, berkoordinasi dengan penyiar dalam memonitoring dari radio steaming secara teknis dan siaran ,karna lancar tidaknya sebuah program di radio tergantung dari program director dan penyiaranya , Selain terdapat yang dihadapin oleh program director dari segi sumberdaya manusiannya antara lain hambatan tersebut dapat hadir baik diawal proses kerja, ditengah-tengah proses kerja dan bahkan diakhir. Hal yang biasa menjadi hambatan sebuah perusahaan mengenai sumberdaya manusia adalah kurang terlatihnya sumberdaya

manusia sehingga perusahaan harus sering mengadakan evaluasi untuk menilai kinerja dan memberikan pelatihan, selain itu juga sumberdaya manusia dengan kinerja yang baik namun memiliki kebiasaan yang kurang baik. Seperti yang diungkapkan oleh Warda Adi Permana sebagai program director mengenai hambatan yang dialami di radio kisi fm dalam segi manajemen kerjanya sebagai berikut:

Hambatan nya siaran yang terbengkalai kemudian tidak menjalankan tugas dengan sebagaimana mestinya. Paling yang banyak yaaa yang seperti itu"(Warda Adi Permana2024)

Berdasarkan pemaparan dari ketiga informan diatas dapat disimpulkan bahwa radio elpas menggunakan teori konvegensi profesonal dalam manajemen kerja nya , Hal ini dilakukan oleh radio elpas dengan cara menawarkan pelatih khusus bagi karyawan elpas walaupun memang tidak ada keterbatasan sumber daya manusia, sehingga kayawan elpas harus mengembangkan melalui multitasking tapi perlu juga berkoordinasi dengan divisi lain agar terciptanya program dan konten yang bagus agar bisa di nikmatin oleh pendengar elpas, Selain terdapat hambatan yang dihadapi radio elpas dari segi sumber daya manusianya antara adanya sikap indisipliner pegawai. Contohnya seperti siaran yang terbengkalai kemudian tidak menjalankan tugas dengan sebagaimana mestinya

4.3 Triangulasi

Teknik umum pengujian keabsahan data dilakukan dengan teknik triangulasi. Triangulasi adalah kombinasi beberapa sudut pandang yang sering digunakan untuk menguatkan data, sebab teknik ini diklaim memberikan gambaran yang lebih lengkap. Triangulasi digunakan meliputi tiga hal pokok yaitu triangulasi Sumber Pengecekan, triangulasi Teknik Pengecekan data dan triangulasi Waktu.

Peneliti dalam penelitian kali ini, terdapat tiga jenis triangulasi data yang umum digunakan untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas hasil penelitian. Pertama, triangulasi Sumber Pengecekan melibatkan pengumpulan informasi dari berbagai sumber yang berbeda untuk memverifikasi dan memperkaya data. Kedua, triangulasi Teknik Pengecekan Data menggunakan beragam metode pengumpulan data untuk memeriksa konsistensi temuan, seperti menggabungkan wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Terakhir, triangulasi Waktu berfokus pada pengumpulan data pada periode waktu yang berbeda untuk mengamati konsistensi informasi dari waktu ke waktu. Ketiga jenis triangulasi ini bekerja sama untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif dan akurat tentang fenomena yang diteliti, membantu peneliti mengidentifikasi pola, perbedaan, dan kesamaan dalam data yang dikumpulkan.

Peneliti melakukan perbandingan Strategi Konvergensi Media Radio Bogor Dalam Upaya Mempertahankan Eksistensinya di era Digitalisasi diterapkan radio Kisi 93.4 dan Elpas 94.1 FM. dengan stasiun LPPL Radio Tegar Beriman, yang dilakukan melalui wawancara informan radio Elpas FM yaitu Lidya Kurnia, Wanda Adi Permana , dan Anezstasya. Dan melakukan wawancara informan radio Kisi FM yaitu Ramdani Dani Almon Rista dan Deira yang dilakukan di radio Kisi FM.

Sedangkan untuk perbandingan triangulasi peneliti melakukan wawancara informan LPPL Radio Tegar Beriman yaitu ripal. Alasan mengapa peneliti melakukan perbandingan radio Kisi fm dan Elpas FM dengan LPPL Radio Tegar Beriman karena menggunakan strategi konvergensi media.

Merujuk pada penggunaan berbagai platform dan teknik untuk menyampaikan konten dan berinteraksi dengan audiens. Ketiga radio tersebut menggabungkan siaran konvensional dengan platform digital seperti streaming online, media sosial, dan aplikasi mobile untuk mencapai audiens yang lebih luas. Pendekatan ini memungkinkan stasiun radio untuk memverifikasi dan memperkaya konten mereka melalui berbagai sumber, menggunakan teknik penyampaian yang beragam, dan berinteraksi dengan pendengar pada waktu yang berbeda-beda. Konvergensi media dalam konteks ini berarti penggabungan berbagai bentuk media untuk menciptakan pengalaman yang lebih kaya dan interaktif bagi pendengar, sekaligus memungkinkan Radio Kisi Fm. Elpas dan LPPL Radio Tegar Beriman untuk mengumpulkan data dan umpan balik melalui berbagai saluran.

Segi Penerapan strategi konvergensi media yang dilakukan oleh dua radio bogor yaitu kisi fm dan elpas dengan triangulasi LPPL Radio Tegar Beriman tidak jauh berbeda, LPPL Radio Tegar Beriman pun melakukan strategi konvergensi media yaitu dengan cara menggunakan platform media seperti facebook, instagram dan youtube serta menggunakan website streaming dalam menyebarkan informasi serta menggunakan beragam dengan format yang disesuaikan oleh radionya dengan cara menyebarkan flyer yang berisikan tentang sosialisasi kota bogor, selain itu mempunyai sumber pendapatan lewat bisnis yang dilakukan LPPL Radio Tegar Beriman melalui iklan yang disebarluaskan melalui instagram, dan selain itu memiliki sumber daya manusia yang multitasking agar dapat membantu radio dalam penerapan konvergensi media, seperti halnya yang dilakukan oleh dua radio swasta di bogor yaitu kisi fm dan elpas.

1. Pemanfaatan Teknologi Radio Tegar Beriman

Dalam Bagian ini peneliti menjelaskan hasil dan pembahasan Pemanfaatan Teknologi yang digunakan oleh Radio Tegar beriman, Pada tahap pertama ini Peneliti mewawancarai Penyiar LPPL Radio Tegar Beriman yang bernama Ripal, Beliau menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi yang digunakan berupa media konvensional dan Media sosial.

Menurut Henry Jenkins Konsep Konvergensi teknologi merupakan penggabungan media konvensional dan media online menjadi satu media yang berfungsi dalam menyebarkan informasi pada khalayak umum, seperti website Pribadi maupun media sosial Instagram, tiktok maupun youtube, Hal tersebut sama dengan yang dilakukan oleh radio tegar beriman dalam melakukan pemanfaatan teknologi dengan menggunakan Konsep Konvergensi teknologi dengan menggunakan Website streaming yang berfungsi menyebarkan informasi serta media sosial yang digunakan oleh tegar beriman menggunakan Instagram dan youtube, tapi pada Tiktok sendiri radio tegar beriman tidak melakukan pembaruan dikarna pengikut yang tidak terlalu banyak.

Pada penelitian terdahulu berjudul Konvergensi Media di Era Digitalisasi Penyiaran (Studi Deskriptif Kualitatif pada Lembaga Penyiaran Publik Radio

Republik Indonesia dalam Menghadapi Persaingan Media) yang menjelaskan bahwa bahwa RRI telah melakukan praktik *multiplatform* dengan menggabungkan media konvensional (radio terrestrial) dengan media digital (radio digital, *situs web*, aplikasi, dan media sosial). Berbagai platform ini terkonvergensi pada situs web dan aplikasi *playstore*. Pengguna dapat mengakses semua platform radio tegar beriman lewat dua *platform* tersebut.

Dari Penjelasan Penelitian terdahulu diatas, Radio Tegar beriman juga menggunakan Media konvensional dan media gital berupa situs website dan media sosial diberbagai platform ini terkonvegensi pada situs www.temanbogor.com dan media sosial instagram serta youtube. Melalui wawancara pada 29 juni 2024, Pemanfaatan teknologi yang di gunakan oleh LPPL Radio Tegar Beriman Kabupaten Bogor di sampaikan oleh ripal selaku penyiar :

Siaran radio tegar beriman itu sudah dapat diakses pendengar lewat media streaming sejak 2016 rasanya , dan sekarang tidak lagi hanya bersiaran audio, tetapi mulai merambah ke media visual lewat youtube dan instagram(Ripal, 2024).

Selain itu terdapat hambatan yang di rasakan oleh radio tegar beriman dalam penggunaan website streaming yang digunakan oleh penyiar ketika melakukan siaran streaming secara teknis seperti yang dipaparkan oleh ripal selaku penyiar radio tegar beriman :

Penyiar sering kali menghadapi kesulitan teknis yang dapat mengganggu kelancaran siaran, seperti masalah konektivitas yang menyebabkan jeda atau gangguan dalam transmisi audio dalam siaran streaming , tapi kalo untuk hambatan media sosial tidak ada masalah secara teknis (Ripal, 2024).

Perbandingan dari kedua radio swasta di bogor yaitu radio Kisi Fm dan Elpas dengan radio milik pemerintah kota bogor yaitu LPPL Radio Tegar Beriman dalam pemanfaatan media baru dalam mendukung konvergensi media, Kisi fm dan Elpas menggabungkan media online dan media *social* dalam menyebarkan informasi dan konten seperti *website streaming* dan whatsapp sebagai media menyebarkan informasi dan komunikasi antar penyiar dengan pendengar ,selain itu terdapat media social yang radio swasta dibogor yaitu kisi fm dan elpas berupa facebook, tiktok dan Instagtam dari ketiga media tersebut biasanya melakukan *live streaming* saat siaran berlangsung, sedangkan radio tegar beriman juga menggunakan *website streaming* dalam penggunaan siaran dan juga di bantu oleh media social nya instagram dan youtube. tapi dalam penggunaan medsos tiktok tidak melakukan pembaruan dikarna pengikutnya terlalu sedikit sehingga tidak ada interaksinya ,Selain itu terdapat hambatan dalam penggunaan media secara teknis yang dirasakan radio kisi fm dan elpas adalah Kalo hambatan yang dirasakan kisi fm dalam penggunaan medianya seperti website atau media sosialnya , sebenarnya lebih keteknisi,seperti mati listrik atau internet di radio kisifmdan elpas kurang bagus ,jadi solusinya biasanya kami memanggil teknisi untuk memperbaiki sebentar dan memberitahukan kepada pendengar di story intagaram bahwa sedang mati lampu jadi program agar kisi fm

tertunda sebentar waktu sedangkan radio tegar beriman lebih mengalami hambatan secara teknis berupa website secara koneksi kurang bagus sehingga mengganggu jalannya siaran.

2. Variasi Konten LPPL Radio Tegar Beriman.

Dalam Bagian ini peneliti menjelaskan hasil dan pembahasan Pemanfaatan Teknologi yang di gunakan oleh Radio Tegar beriman, Pada tahap kedua ini Peneliti mewawancarai Penyiar LPPL Radio Tegar Beriman yang bernama Ripal, Beliau menjelaskan Bahwa Variasi konten yang di gunakan oleh radio tegar beriman bervariasi ,dengan berbagai format yang berbeda di setiap platform media nya , berupa konten video yang diposting melalui media sosial instagram dan youtube.

Menurut Henry Jenkins Konsep Konvergensi Konten merupakan Konten yang berbentuk teks, video, gambar maupun audio yang disajikan dalam satu platform media. Hal ini sama yang dilakukan radio tegar beriman dalam membuat Variasi konten dengan cara menyajikan konten lewat berbagai format dalam bentuk video lalu di unggah ke media sosial , Namun pada radio tegar beriman tidak membuat pembaruan pada segi konten yang berbentuk format gambar dan teks karna memang Radio tegar beriman hanya memberikan informasi seputar kabupaten bogor lewat format video.

Pada penelitian terdahulu berjudul STRATEGI KONVERGENSI @GEN1031FMSBY GUNA MENAMBAH PEMINAT PENDENGAR RADIO MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK menjelaskan Bahwa @gen1031fmsby efektif bagi peminat pendengar radio, karena dalam penerapan strategi konvergensi media konvergensi seperti perubahan media analog ke digital, penggabungan media konvensional dengan media baru berjalan dengan baik. Radio gen 103.1 Fm tetap bisa bertahan di era digitalisasi dalam memanfaatkan media sosial tiktok agar lebih dekat dengan pendengarnya dengan strategi konvergensi media sosial tiktok. Media tersebut digunakan untuk mempromosikan program-program acara di radio gen 103.1 Fm, menambah jangkauan siaran untuk mengcover pendengar yang berada diluar siaran analog, mengajak pendengar untuk lebih aktif saat siaran on air di berbagai fitur media sosial salah satunya media sosial tiktok seperti live tiktok dan memberikan konten konten yang menarik agar menjadi konten fyp, sebagai media sosial tiktok di era digitalisasi dengan memposting video lucu dan beberapa cerita cerita seru media sosial tiktok.



Gambar 4. 14 Konten Seputar

Sumber: Youtube Radio Tegar Beriman Seputar Kabupaten Bogor

Dari penjelasan Penelitian terdahulu Diatas, Radio Tegar beriman penerapan Teori Konvergensi Konten menurut Henry Jekinks Dengan membuat Variasi Konten Radio Tegar Beriman memiliki berbagai bentuk informasi berbagai bentuk informasi yang ditampilkan pada beberapa pilihan media. Seperti dalam Kombinasi bentuk informasi juga ditampilkan pada media sosial radio yaitu Instagram dan Youtube. Di dalam Instagram temanfbogor menampilkan gambar dari peristiwa aktual yang terjadi di masyarakat dengan judul yang menarik. Informasi mengenai foto tersebut juga diberikan dengan menunjukkan keterangan, lokasi dan waktu suatu peristiwa. Berbeda dengan akun youtube temantegarbogot yang menampilkan berbagai video dan teks yang ditampilkan seperti program liputan dan informasi seputar Kabupaten Bogor. Tidak seperti Radio pada umumnya yang membuat flyer sebagai media informasi berita , justru radio tegar beriman tidak membuat pembaruan varisasi konten pada flyer nya karna memang radio tegar beriman hanya memberikan informasi seputar kabupaten bogor melalui video , seperti yang dipaparkan oleh ripal selaku penyiar radio tegar beriman :

Dengan adanya media social menuntun kami sebagai penyiar dalam menyajikan konten beragam di berbagai platform seperti pada siaran langsung biasanya kami membuat tapping bersama narasumber kedinasaan kabupaten bogor tujuan untuk di unggah akun intagram dan youtube (Ripal, 2024).

Selain itu terdapat Hambatan yang dihadapi oleh radio tegar beriman sebagai radio pemerintah dari segi ketampilan penyiar dalam mengelolan konten, seperti yang dipaparkan oleh ripal selaku penyiar radio tegar beriman :

Sdm yang dimiliki dirasa kurang memiliki keterampilan untuk mengelola dan mengisi konten. adanya waktu tunggu dalam proses pekerjaan yang tidak tentu membuat tidak selesai tepat waktu , terus kadang – kadang chemistry dan sense of belonging yang berdampak pada keterlibatan menyeluruh dan mempengaruhi kreativitas kami sebagai penyiar (Ripal, 2024)..

Perbandingan dari kedua radio swasta di Bogor yaitu radio Kisi Fm dan Elpas dengan radio pemerintah kota Bogor yaitu LPPL Radio Tegar Beriman, dalam menyebarkan variasi konten diberbagai platform media dengan format yang berbeda. Radio Kisi fm dan elpas lebih memilih menggunakan flyer dan konten reels sebagai media informasi, yang akan disampaikan untuk pendengar melalui facebook dan Instagram serta terdapat konten iklan yang dibacakan penyiar elpas berupa audio sedangkan radio tegar beriman sebagai radio pemerintah lebih memilih variasi konten dengan membuat konten tapping bersama narasumber seputar kabupaten Bogor yang diunggah ke Instagram dan youtube. Selain itu terdapat hambatan yang dihadapi dua radio swasta yaitu kisi dan elpas dalam menyajikan konten di antara lain konten kami yang unggah biasanya kurang adanya daya tarik pendengar secara berkomentar dan like pada media social dikarenakan kualitas gambar ataupun video yang kurang bagus, sedangkan untuk radio tegar beriman mengalami hambatan berupa Sdm yang dimiliki dirasa kurang memiliki keterampilan untuk mengelola dan mengisi konten. adanya waktu tunggu dalam proses pekerjaan yang tidak tentu membuat tidak selesai tepat waktu, terus kadang-kadang *chemistry* dan *sense of belonging* yang berdampak pada keterlibatan menyeluruh dan mempengaruhi kreativitas kami sebagai penyiar.

3. Model Bisnis LPPL Radio Tegar Beriman

Dalam Bagian ini peneliti menjelaskan hasil dan pembahasan Pemanfaatan Teknologi yang di gunakan oleh Radio Tegar beriman, Pada tahap ketiga ini Peneliti mewawancarai Penyiar LPPL Radio Tegar Beriman yang bernama Ripal, Beliau menjelaskan Radio Tegar Beriman. Menggunakan model bisnis dalam strategi konvergenis bisnis dengan cara bekerjasama antara dua media yang saling mempromosikan untuk memperkenalkan program atau produk melalui konten dimasing-masing media yang ada di radio tegar beriman, Dalam hal ini radio tegar beriman melakukan bekerjasama dengan kedinasaan kabupaten Bogor.

Menurut Henry Jenkins Konsep Konvergensi bisnis merupakan menggambarkan tren berbagai bisnis yang bersatu dan bekerja sama. Bentuknya bisa bermacam-macam, seperti penggabungan dua perusahaan atau pembentukan kemitraan, atau bahkan sekadar berkolaborasi dalam sebuah proyek. Hal tersebut sama yang dilakukan radio tegar beriman dalam melakukan Model bisnis dalam menggunakan teori konvergensi bisnis dengan cara bekerjasama dengan dinas pemerintah Kabupaten Bogor meskipun memang Iklan yang dipromosikan tidak berbayar, Radio tegar beriman tetap mendapatkan sumber pendapatan dari pemerintah karna radio tegar beriman merupakan radio pemerintah.

Pada penelitian terdahulu berjudul Strategi Konvergensi Radio Sebagai Upaya Perluasan Pasar Audience dan Iklan (Studi Kasus Pada Swaragama Fm (101.7 Fm), Geronimo Fm (106.1 Fm), Dan Prambors Radio (102.2 FM/95.8 FM)). menjelaskan bahwa ketiga radio melakukan strategi yang sama untuk memperluas khayalak yakni branding, promosi, positioning, riset, dan memanfaatkan teknologi saat ini. Dari segi pemasangan iklan, ketiga radio menawarkan paket pemasangan iklan di media sosial maupun on air yang disebut dengan bandling. Konvergensi telah mempengaruhi ketiga radio ini dengan meluasnya jangkauan khalayak hingga mancanegara, yakni Eropa, Amerika, Hongkong, Thailand dan Rusia. Begitu pun dengan pemasangan iklan dari brand nasional. Sehingga, hasil yang didapatkan oleh ketiga radio, yakni meningkatnya jumlah pendengar dan pemasang iklan di era konvergensi media saat ini yang berpengaruh terhadap sumber pendapatan ketiga radio.



**Gambar 4. 15 Iklan Seputar Kabupaten Bogor
Sumber : Instagram Radio Tegar Beriman,2024**

Pada penjelasan Penelitian terdahulu Diatas , Bahwa Radio tegar beriman Melakukan model Bisnis dengan cara Proses produksi model bisnis yang pertama kita melakukan promosi produk-produk yang bagus, jika ada klien yang tertarik, dia akan melakukan media order atau memesan iklan pada acara itu. Untuk promosi kita melalui media sosial dan melalui on air radio. Ketika klien melakukan media order kita persiapkan, misalkan pada program talkshow kita persiapkan studio, materi dan sebagainya, , seperti yang dipaparkan oleh ripal selaku penyiar radio tegar beriman :

Platform media yang menunjang pendapatan radio tegar beriman yaitu dengan cara promosi lembaga atau kedinasaan kabupaten bogor melalui on air, radio ataupun off air, serta media social instagram. Ada dua kanal, untuk off air dan media sosial kalau untuk on air melalui radio streaming(Ripal, 2024).

Selain itu terdapat hambatan yang di hadapin oleh sebuah radio ketika harus berkerjasama dengan perusahaan lain, dalam mempromosikan sebuah produk atau sebuah perusahaan, tapi tidak untuk radio tegar beriman yang mengalami hambatan karna iklan yang di tawarkan oleh kilen bersumber dari Kominfo yang merupakan perusahaan naungan radio tegar beriman :

Kalo untuk hambatan tidak ada ya, karna kami radio pemerintah jadi semua hal tentang promosi ataupun kerjasama di atur oleh kominfo (Ripal, 2024).

Perbandingan dari kedua radio swasta di bogor yaitu radio Kisi Fm dan Elpas dengan radio pemerintah kota bogor yaitu LPPL Radio Tegar Beriman, Dalam penerapan model bisnis yang dilakukan oleh radio kisi fm dan elpas meliputi endorsement produk,berkerjasama dengan perusahaan lain seperti PH (*prosedur house*) dan stasiun televise mempromosikan program family 100 dan take out yang berbentuk video yang diunggah di Instagram dan facebook , selain itu terdapat iklan kilen yang diputar melalui website dan Instagram, dari penjelasan diatas dilakukan oleh kisi fm dan elpas untuk menunjang pendapatan radio tidak hanya mengadakan siaran konvensional saja, Sedangkan Radio tegar beriman yang merupakan radio pemerintah melakukan strategi bisnis dengan cara mempromosikan lembaga atau kedinasaan yang sangkutannya tentang kabupaten bogor , melalui on air radio ataupun off air, serta media social instagram. Dua media tersebut merupakan platform yang membantu radio tegar beriman dalam mendapatkan sumber pendapatan. Selain itu terdapat hambatan

yang di hadapin oleh radio swasta di bogor yaitu kisi fm dan elpas dalam menarik minat kilen antara lain banyaknya kilen mempertimbangkan jumlah pendengar sedangkan untuk data tersebut merupakan hasil survey jadi agak kesulitan mendapatkan datanya dan kurangnya followers di media social serta konten yang kurang menarik membuat kilen tidak tertarik berkerjasama. Sedangkan untuk radio tegar beriman tidak mengalami kesulitan karna radio pemerintah jadi semua hal tentang promosi ataupun kerjasama di atur oleh kominfo.

4. Manajemen Kerja Radio Tegar Beriman

Dalam Bagian ini peneliti menjelaskan hasil dan pembahasan Manajemen kerja yang di gunakan oleh Radio Tegar beriman, Pada tahap Empat ini Peneliti menwawancarai Penyiar LPPL Radio Tegar Beriman yang bernama Ripal, Beliau menjelaskan Bahwa pemanfaatan teknologi bahwa dalam suatu perusahaan media harus memiliki tuntutan bahwa seorang pekerja harus memiliki kemampuan multitasking untuk bisa mengerjakan semua hal.

Menurut Henry Jenkins Konsep Konvergensi Profesional merupakan memiliki keterampilan multimedia dan multiplatform. Mereka tidak hanya mengerjakan siaran radio, tetapi juga mengolah konten untuk platform lain seperti website, sosial media, dll. Hal tersebut sama yang dilakukan oleh radio tegar beriman dalam manajemen kerjanya, Seperti Program director yang harus mengoperasikan website tegar beriman ketika terjadi kendala pada siaran walaupun memang ada keterbatasan sumberdaya manusia radio tegar beriman tetap menjalankan tugas dan tanggungjawabnya.

Pada penelitian terdahulu berjudul MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DI ERA KONVERGENSI MEDIA PADA LPPL RADIO MANDIRI FM CILEGON menjelaskan peneliti menemukan adanya beberapa perubahan pada manajemen sumberdaya manusia di LPPL Radio Mandiri FM Cilegon. Pada sistem pengadaan sumberdaya manusia, perubahan khususnya terjadi pada, adanya penambahan jabatan pada bagian pengoperasian radio streaming dan media sosial. Pada tahapan pelatihan dan pengembangan karyawan, manajemen LPPL menambahkan pelatihan mengenai program-program baru yang digunakan seperti radio streaming. Pada tahapan penilaian dan pemberian reward karyawan juga tidak banyak mengalami perubahan, sasaran kerja pegawai (SKP) masih digunakan tanpa mengubah sistem penilaian terdahulu. Perubahan lainnya yang dirasakan LPPL Radio Mandiri FM Cilegon adalah meningkatnya jumlah pendengar sehingga menumbuhkan motivasi pegawai khususnya penyiar, penyebaran informasi lebih luas, interaksi dengan pendengar menjadi lebih mudah dengan menggunakan media sosial. Kendala yang turut hadir dalam proses tersebut adalah masalah karyawan yang tidak disiplin terhadap pekerjaan, solusi yang diambil adalah dengan melakukan pendekatan terhadap karyawan yang bermasalah tersebut. Selain itu kendala lainnya adalah kurangnya jumlah sumberdaya manusia, dan di awal penggunaan radio streaming kurangnya kemampuan sumberdaya manusia untuk mengelola. Solusi yang diambil adalah dengan menambahkan jumlah karyawan yang masuk dan menghadirkan operator radio streaming dari pihak luar yang lebih mampu.

Dari Penjelasan Penelitian terdahulu diatas, Menjelaskan Bahwa radio tegar beriman juga melakukan Manajemen kerja dengan cara Melibatkan karyawan dan media sosial dalam Manajemen kerjanya agar terciptanya karyawan yang multitasking, tapi dalam manajemen yang dilakukan oleh radio tegar beriman terhalang oleh sumber daya manusianya yang terbatas, maka dari itu penyiar hanya focus pada jobdeck yang mereka kerja, seperti yang dipaparkan oleh ripal selaku penyiar radio tegar beriman :

kemampuan penyiar mengoperasikan alat- alat siar, seperti komputer, perangkat lunak untuk pemutaran Playlist, dan kontrol audio, serta Musical touch, yakni kemampuan seorang

penyiar menata musik menjadi deretan lagu yg indah, memberi hiburan sehingga bisa menyentuh emosi para pendengar karena selera musik setiap orang berbeda (Ripal, 2024).

Selain itu terdapat hambatan yang dihadapi oleh LPPL Radio Tegar Beriman. Dalam manajemen kerjanya berupa sumber daya manusianya terbatas, Sehingga mempengaruhi manajemen kerja yang dilakukan oleh radio tegar beriman seperti yang dipaparkan oleh ripal selaku penyiar radio tegar beriman :

walaupun sdmnya terbatas tapi kami di bantu oleh anak magang dalam produksi konten sehingga kami pun tidak susah dalam produksi konten walapun memang sumber daya manusianya terbatas (Ripal, 2024).

Perbandingan dari kedua radio swasta di bogor yaitu radio Kisi Fm dan Elpas dengan radio pemerintah kota bogor yaitu LPPL Radio Tegar Beriman, Radio kisi menawarkan manajemen kerja kepada karyawan agar menjadi karyawan multitasking seperti Seperti Penyiar yang merangkap menjadi reporter walaupun memang di radio kisi sendiri terhalang sumberdaya manusianya sedangkan elpas melakukan manajemen kerja dengan berkoordinasi kepada divisi lain seperti penyiar yang merangkap menjadi marketing yang di bantu oleh divisi media sosial dalam beriklan sedangkan radio beriman juga melakukan manajemen kerja dengan fokus pada bekerja masing-masing tapi ada salah satu yang mengambil jobdeck seperti program director yang merangkap menjadi teknisi. Selain itu terdapat hambatan atau kendala yang di lakukan oleh ketiga radio di bogor dalam melakukan manajemen kerja diantar memiliki hambatan di bagian segi sumber daya manusianya yang berkurang sehingga mereka lebih fokus mengerjakan jobdeck mereka walaupun di bagian konten produksi di bantu oleh anak magang

BAB 5 PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan perumusan masalah yang dibahas pada penelitian ini, Mengenai Bagaimana strategi konvergensi yang dilakukan oleh Radio Kisi Fm dan Elpas dalam menghadapi era digitalisasi dan berdasarkan data-data hasil wawancara dengan narasumber, Penelitian dilakukan Di radio Kisi fm dan Elpas yang telah diolah dan di analisa.

Berdasarkan hasil penelitian ini, disimpulkan bahwa konvergensi media menjadi cara untuk media penyiaran khususnya radio agar terus eksis dengan menampilkan berbagai aktivitas kegiatannya di platform digital yang dimiliki dengan memanfaatkan live streaming, website dan aktif membagikan informasi di media sosial seperti Instagram, Twitter, Youtube, Facebook, dan Tiktok. Radio dalam mempertahankan eksistensi di era digital juga dapat dilakukan dengan melakukan 4 tahapan konvergensi media menurut teori Henry Jenkins, Maka dari itu Peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Konvergensi Teknologi : Radio kisi fm dan Elpas merupakan radio swasta di bogor yang menerapkan pemanfaatan teknologi dengan cara menggabungkan media konvensional dan media sosial dalam penggunaannya, contohnya radio kisi dan elpas menggunakan Website streaming dalam menyebarkan informasi sementara itu terdapat media sosial yang ikut membantu menyebarkan informasi dan konten melalui live streaming Instagram, Facebook dan Tiktok, selain Radio elpas juga menggunakan Pemanfaatan media komunikasi yaitu Whatsapp yang fungsinya sebagai Interaksi antar penyiar dan pendengar.
2. Konvergensi Konten : Radio Kisi fm dan Elpas menggunakan Variasi konten dalam menarik perhatian pendengar dan pasar dengan memberikan konten-konten yang bervariasi. Konten tersebut disajikan dalam macam- macam bentuk digital, seperti gambar/foto, video dan teks yang kemudian dipublikasikan melalui platform-platform yang ada. Selain dapat menarik perhatian audience, juga dapat menarik perhatian pengiklan. Dalam hal ini, terjadi proses konvergensi ekonomi yang dapat dilihat dari iklan yang masuk tidak hanya pada media konvensional saja melainkan media baru juga masuk. Sehingga, banyak mendapat keuntungan, baik bagi audience, pengiklan, maupun radio itu sendiri.
3. Konvergensi Bisnis :Radio Kisi Fm dan Elpas Menggunakan Model bisnis berupa kerjasama dengan beberapa perusahaan atau klen, dengan cara endorsement sebuah produk di media sosial Instagram berubah video atau serta mempromosikan iklan di website radio kisi dan elpas, selain terdapat kerjasama antara media lain seperti mempromosikan program take me out, family 100 di Instagram yang berbentuk video, PH (Produser House) , serta iklan kesehatan beberapa kerjasama yang dilakukan oleh radio kisi dan elpas merupakan cara radio dalam menghasilkan pendapatan selain dari radio streaming .
4. Konvergensi profesional : Radio Kisi dan Elpas menggunakan Manajemen mereka dengan cara double job , hal ini dilakukan oleh radio kisi fm dalam manajemen kerjanya seperti Program director yang merangkap sebagai penyiar dan juga penyiar merangkap menjadi report, Selain terdapat manajemen yang dilakukan radio elpas

berupa koordinasi dengan divisi lain tapi tetap memegang tanggung jawabnya seperti penyiar tim marketing mempromosikan sebuah iklan di radio tapi saya tetap berkoordinasi dengan divisi media sosial dalam pemasangan iklan di media sosial, hal tersebut sebagai bentuk menarik jumlah pendengar.

Adapun hambatan-hambatan yang dapat disimpulkan oleh peneliti yaitu, terdapat Beberapa Hambatan yang terjadi pada 4 strategi yang dilakukan radio kisi fm dan elpas dalam penerapan Konvergensi media menurut teori Henry Jenkins, Maka dari itu Peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa Strategi teknologi dalam penggunaan media Radio kisi dan elpas mengalami hambatan di bagian teknis seperti mati listrik jadi solusinya kamu biasa memanggil keteknisi untuk memperbaiki dan memberitahukan kepada pendengar di story instagram bahwa sedang mati listrik jadi program di kedua radio tersebut tertunda sebentar, lalu Strategi Konten dalam penggunaannya radio kisi fm dan elpas mengalami kendala atau hambatan berupa menyiapkan konten diantaranya konten yang kurang menarik di tonton sehingga kolom komentar dan jumlah like nya sedikit dan kualitas gambar yang kurang bagus membuat pendengar tidak tertarik pada kontennya berikutnya, Strategi Bisnis dalam model bisnis yang dilakukan oleh radio kisi dan elpas memiliki hambatan berupa Jumlah pendengar, klen yang ingin beriklan di sebuah radio biasanya meminta jumlah pendengar sedangkan jumlah pendengar memerlukan data survey yang dulit di dapat dan jumlah followers yang sedikit membuat klen tidak tertarik terhadap radio kisi dan elpas jadi kita memperkuat di media sosialnya agar klen dapat berkerjasama dengan kedua radio tersebut. Dan yang terakhir Strategi profesional dalam Strategi ini radio kisi fm dan elpas di tuntun memiliki multitasking bagi karyawannya agar terciptanya konten yang dapat di nikmatin oleh pendengar, selain radio kisi dan elpas mengalami hambatan dibagian sumber daya manusia kedua radio ini harus melakukan Double job walaupun memang ada juga yang berkoordinasi dengan divisi lain.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dalam skripsi ini terdapat saran yang ingin disampaikan, baik untuk akademis maupun praktis, yaitu:

1. Akademis

Dari hasil penelitian ini dapat memberikan pembelajaran untuk para akademisi khususnya dalam bidang ilmu komunikasi. Dengan konvergensi media menggunakan teori Henry Jenkins ini diharapkan memberikan solusi untuk media konvensional penyiaran agar dapat bertahan di era digital saat ini. Dari penulisan ini, juga untuk penelitian selanjutnya dapat dikembangkan kembali dari teori konvergensi Henry Jenkins.

2. Praktis

- a. Dari hasil penelitian ini dapat memberikan masukan terhadap radio Kisi fm dan Elpas untuk dapat lebih berkembang lagi dalam menggunakan konvergensi media di era digital. Dengan konvergensi media ini, radio Dakta dapat memberikan inovasi baru terhadap program- program ataupun konten baru agar lebih dapat menarik pendengar di Indonesia, baik remaja hingga orang tua.

- b. Radio Kisi FM dan elpas dalam masalah keterbatasan jangkauan yang terjadi, konvergensi media dapat lebih ditingkatkan kembali dengan memperbaiki jangkauan siaran, kualitas siaran, dan memperbanyak platform-platform yang digunakan agar dapat menyampaikan informasi secara luas.
- c. Radio Kisi Fm dan Elpas dapat meningkatkan kembali marketing dan promosi media pada masyarakat lebih luas. Promosi media dan iklan dapat dilakukan dengan memanfaatkan platform-platform media sosial. Dengan begitu keuntungan yang didapat dalam perusahaan akan meningkat.
- d. Radio Kisi Fm dan Elpas dapat menambah SDM (sumber daya manusia) karena dengan begitu program-program dan konten yang ada dapat di publikasikan secara merata dan sama.

\

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, I. (2021). Ciri-Ciri Kesesuaian Tajuk Komunikasi dalam Pembangunan Modul Pengajaran Bahasa Arab : Suatu Analisis Laras Bahasa Komunikatif Abstrak Characteristics of the Suitability of Communication Titles in the Development of Arabic Language Teaching Modules: An A. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 6(10), 108–121.
- Agustim, W. (2017). Analisis Segmentasi, Targeting Dan Positioning Melalui Program Siaranpada Radio Mitra 97.0 Fm. *Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 30. <https://doi.org/10.33366/ref.v4i1.514>
- Aminnuddin. (2020). *Konvergensi Media Surat Kabar Harian Lokal Jateng Pos*. 03(33). <https://doi.org/10.24198/jkj.v3i2.25070>
- Audinovic, V. (2021). Eksistensi Televisi Swasta di Era Konvergensi Media. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 9(2), 24–36. <https://doi.org/10.37826/spektrum.v9i2.160>
- Azis, M. A. (2021). Minat Pendengar Radio Terhadap Karakter Suara Penyiar (Studi Deskriptif Karakter Suara Penyiar Vee Dan Choky dengan Minat Pendengar radio). *Commercium*, 04(1), 111–121.
- Bantilan, D. S. I., Wulan, R. R., & Pamungkas, I. N. A. (2018). Strategi Rebranding. *PROfesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 2(1), 1.
- Basit, L. (2018). Fungsi Komunikasi. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 9(2), 26–42. <https://doi.org/10.32505/hikmah.v9i2.1737>
- Cangara. (2018). Strategi Komunikasi Dalam Pengembangan Industri Pariwisata Berbasis Budaya Lokal Di Biak Numfor Papua. *Gema Kampus IISIP YAPIS Biak*, 18(2), 163–173. <https://doi.org/10.52049/gemakampus.v18i2.337>
- Erlita, N. (2016). Potret Periklanan Di Media Massa Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Sosial*, 5, 199–210.
- Gogali, V. A., & Tsabit, M. (2020). Eksistensi Radio Dalam Program Podcast Di era Digital Konten (Studi Deskriptif Program Podcast 101jakfm . com). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1), 64–73.
- Gushevinalti, G., Suminar, P., & Sunaryanto, H. (2020). Transformasi Karakteristik Komunikasi Di Era Konvergensi Media. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(01), 083. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v6i01.2069>
- Harrera, A. E. P. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Twitter oleh Ridwan Kamil dan Ganjar Pranowo Telah Sesuai dengan Fungsi Utama Media Massa. *Jurnal The Messenger*, 8(2), 52. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v8i2.335>
- Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Gaja, F. Z., Pakpahan, N. S., & Hayati, N. (2022). Komunikasi Massa. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 134. <https://doi.org/10.30829/jai.v11i1.11923>
- Kustiawan, W., Sitorus, A. O., Masri, A., Sylvana, F. R., Simanjuntak, M. W.,

- Islam, U., Utara, N. S., Negeri, I., Utara, S., Negeri, I., & Utara, S. (2022). Kelebihan dan kekurangan radio. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 2(3), 2–7.
- Nur, E. (2021). Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, 02, 52. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/mkm/article/view/4198>
- Prasmesti, D. ayu. (2023). *Konvergensi media radio Shelter 95,3 FM*.
- Putra, R. A. (2019). Tantangan Media Massa Dalam Menghadapi Era Disrupsi Teknologi Informasi. *Jusifo*, 5(1), 1–6. <https://doi.org/10.19109/jusifo.v5i1.5003>
- Putri, N. Q. (2023). Efektivitas Penggunaan Aplikasi Qraved sebagai Media Memilih Tempat Makan. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 2(1), 22–32. <https://doi.org/10.25008/jpi.v2i1.28>
- Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin*. 17(33), 81–95.
- Sugiyono. (2019). Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1–9. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951>
- Sugiyono (2017:9). (2016). *Pendekatan Peneliatin jhsni*. 1–23.
- Tyas, W. W. (2019). Konvergensi Media di Radio Gajahmada FM Semarang Media Convergence in Gajahmada FM Radio Semarang. *Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU)* 2, 626–637. <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kimuhum/article/view/8182/3747#>
- Winda Kustiawan, Anis Safitri, Indah Sari, Rani Puspita, & Siti Zahara. (2022). Karakteristik Radio. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajeme*, 2(2), 3149–3154.
- Xiao, A. (2018). Konsep Interaksi Sosial Dalam Komunikasi, Teknologi, Masyarakat. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 7(2). <https://doi.org/10.31504/komunika.v7i2.1486>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara Station Manager Pak Ramdani Sebagai Station Manager Kisi 93.4 FM

A. Konvergensi Teknologi

1. Apakah radio kisi fm menyiarkan informasi melalui multiplatform ?
Ya, Radio Kisi FM menggunakan pendekatan multiplatform untuk menyiarkan Informasi melalui berbagai saluran media.
2. Platform apa saja yang di gunakan oleh kisi fm untuk menyiarkan informasi ?
Kami pihak kisi fm sendiri mempunyai cara khusus dalam memperluas Jangkauannya dengan cara memanfaatkan penyatuan media konvensional dan Media baru. Dari dua media yang digunakan inilah yang dapat membantu radio KISI 93.4 FM dalam menyebarkan informasi dan berita ke khalayak banyak. Siaran radio saat ini dapat didengarkan melalui offline dan online, yaitu dengan Siaran radio biasa dan radio streaming pada website kisifm.com. walaupun Memang pada akhirnya untuk radio streaming memiliki beberapa kendala, Selain Itu, media baru yang memberikan informasi dan konten melalui media sosial yaitu Instagram, tiktok dan YouTube.
3. Lalu kendala dan tantangan apa saja yang dihadapi radio steaming di bandingkan Media sosial ?
Kedalanya yang dirasakan kita terhadap penggunaan radio streaming secara teknis Ketika tiba-tiba mati lampu ya, otomatis pemancar radio mati juga , jadi Biasanya kami memanggil teknisi untuk memperbaiki, Nah biasanya kami harus nunggu 10 menit agar koneksi radio streaming itu kembali normal serta terdapat tantangannya juga yang dihadapi radio streaming yang digunakan oleh Radio kisi fm yaitu strategi mengajak konsumen untuk mendengarkan Radionya, karena kebanyakan orang menggunakan hp di waktu senggang hanya Untuk membuka media sosial saja.
4. Apakah dengan adanya Konvergensi media teknologi , radio streaming dapat Berfungsi dengan efektif?
Bisa efektif karena bisa seperti radio konvensional, maksudnya masih tetap tidak Membutuhkan jam tayang, bisa di dengar sambil beraktifitas bahkan sambil Berkendara di mobil bahkan motor karena medianya sudah bisa mobile (gadget)
5. Bagaimana proses Konvergensi media teknologi yang dilakukan oleh Radio KISI FM Sebagai radio komersial lokal bogor Pada era digital saat ini?
“Seiring dengan perkembangan teknologi, Perkembangan zaman yang cepat jadi Radio juga tidak Bisa hanya mengandalkan siaran konvensional saja. Hanya Sekedar siaran di radio, sementara kita tidak Tahu apakah semua orang Mendengarkan radio atau Tidak. Terkhusus anak muda hanya berapa persen saja yang mendengarkan radio dan lebih sering melihat Gadget. Dari

perkembangan Zaman dan melihat kondisi Sekarang yang memang berubahannya cukup cepat Dan Dinamis kami (radio kisi) mencoba untuk melakukan Sebuah langkah Konvergensi media.

B. Konvergensi Konten

1. Dalam bentuk apa saja variasi konten yang digunakan radio kisi fm dalam Menyebarkan konten?

Biasanya variasi konten yang kami buat berupa flayer serta caption berita instagram , Dalam memberikan informasi terkait peristiwa yang terjadi, radio kisi fm tidak Hanya memberikan informasi melalui siaran radio saja. Akan tetapi dikombinasikan Dengan format teks dan foto berupa caption berita pada Instagram Kisifm Sehingga Khalayak narasi berita tersebut dapat dibaca dan mengambil sudut pandang lain Terhadap peristiwa yang dibahas pada siaran. Berita yang dibuat oleh radio Kisi fm Berasal dari media lain yang disusun kembali dengan gaya bahasa radio kisi fm itu Sendiri , serta terdapat variasi konten yang berupa konten-konten video yang berupa Reels tentang informasi serta konten yang sedang treand dibicarakan di media Social, bentuk video itu yang akan dibagikan melalui media social radio kisi fm, Seperti instagram dan tiktok. Selain itu bentuk format video yang di buat radio kisi Fm ada pada story instagram yang berupa hasil siaran bersama narasumber di acara Talkshow dan terakhir kami radio kisi fm menggunakan bentuk format audio digital yang biasanya digunakan ketika siaran on air, iklan dan beberapa rekaman program Lain, rekaman yang di produksi setiap senin- sabtu namun pada rekaman atau Tapping tersebut di sesuaikan dengan kerjasama dengan kilen, kemudian, rekaman Tersebut akan di putar pada senin-sabtu, disesuaikan dengan jadwal yang telah Disusun. Radio lebih banyak menggunakan audio untuk siaran on air, di bandingkan Rekaman.

2. Lalu jenis konten apa saja yang disajikan oleh radio kisi fm ?

Untuk saat ini kisi fm menyajikan konten lifestyle, konten edukasi, tetapi untuk Konten edukasi kami juga memberikan informasinya tidak terlalu banyak.

3. Apakah station manager berperan penting dalam pembuatan produksi konten?

Tidak, station manager tidak berperan penting dalam pembuatan produksi konten, Ini lebih ketugas program director , paling station manager hanya memberikan Tugas ke program director untuk memberikan arahan ,input untuk sasaran target Audies misalnya target pendengar kita anak muda dan dewasa, Nah station manager memberikan ide kepada program director untuk membuat konten yang Sedang trending agar dapat menarik pendengar kisi fm , jadi dalam pembuatan Produksi konten program director lah yang berperan penting tetapi station Manager juga memberikan ide lalu dikembangkan lagi oleh progam director.

C. Konvergensi bisnis

1. Apakah ada kemitraan dengan perusahaan media lain yang sedang dijalin Radio Kisi FM?

Tentu ada

2. Jika ada media apa saja yang berkolaborasi?

Radio tidak bisa hanya mengandalkan siaran Konvensional saja, nah jadi ada Proses sendiri yang dilakukan pihak kisi fm dengan cara melakukan edomenent Dengan menggunakan media sosial instagram seperti produk kosmetik ialah bentuk Kerjasama Dengan klien untuk mempromosikan produknya di radio kisi fm, Seperti Pihak produk memberikan kami bedak marcks Dan kami pun mempromosikan Produk tersebut melalui media social instagram dalam bentuk video yang unik agar dapat di respon baik oleh pendengar kisi fm selain melalui siaran konvensional Dengan kami pun mempromosikann produk tersebut dengan menyiarkan iklan produk tersebut, sehingga kami pun mendapatkan fendback yang sama, Selain itu terdapat Kolaborasi lainnya yaitu kerja sama dengan noise dan langit Music. Jadi kita memiliki aplikasi music streaming hasil kerja sama dengan langit Music sehingga kami pun tidak harus mengandalkan website saja, tujuannya untuk Menambahkan layanan music yang berada di radio kisi fm sendiri, sehingga cara Ini dapat Bentuk upaya radio kisi fm untuk menunjang Pendapatan, diluar dari Siaran konvesonal

3. Manfaat apa saja yang di rasakan radio Kisi Fm setelah melakukan kerja sama dengan Media lain?

Manfaat yang dirasakan oleh Radio Kisi Fm dalam menjalin kerjasama dengan perusahaan lain adalah mengurangi biaya operasional,memperluas jangkauan Audiens, misalnya radio kisi mendapatkan slot iklan dari klien yang ingin beriklan di radio kisi Fm jadi dua kemitraan ini saling Mempromosikan sehingga mendapatkan feedback .

D. Konvergensi Media Profesional

1. Apakah bapak sering melakukan riset konsumen?

Kalo secara personal ya

2. Jika iya, bagaimana prosesnya bapak melakukan riset konsumen pada pendengar Kisi fm?

Prosesnya lebih ke mini survey, survey yang saya lakukan itu dari lingkaran Terdekat dulu ya, misalnya karyawan kisi fm memberikan tugas ke anak magang untuk memberitahukan kepada temen-temen terdekat mereka untuk mengisi quizbox yang sudah di buat oleh penyiar lalu audies pun harus mengisi itu di media sosial Instagram atau mengirim pesan diwhatsaap , sehingga itu menjadi salah satu cara kami untuk menarik audies untuk mendengarkan Radio Kisi FM.

3. Bagaimana menghadapi perubahan konsumen ?

Untuk menghadapi perubahan konsumen ,saya sendiri lebih Memfokuskan diri ke media digitalnya dalam artian support – support sistem digital Atau media -media seperti instagram,tiktok dan youtube, tujuannya untuk media Pendukung radio kisi fm, dan minimal mereka mau dengerin radio kisi fm ,jadi gimana caranya media sosial kisi fm ini harus makin konsisten, dengan Menampilkan konten-kontennya yang makin bagus , sehingga radio kisi fm dapat Bertahan dalam era di gitalisasi ini

4. Selain, melakukan riset konsumen apakah bapak memiliki keahlian multitasking lain?

Iya, selain menjadi station manager yang tugasnya Mengawasi program siaran Dan mengatur jadwal program ,saya pun merangkap juga menjadi teknisi yang Tugasnya mengecek website jika terjadi hambatan ketika siaran berlangsung. Serta Saya pun mengisi suara dalam noise iklan layanan masyarakat yang beranda di Radio Kisi 93.4 FM.

5. Apakah Radio Kisi fm menawarkan pelatihan khusus bagi para karyawan kisi fm Agar mendapatkan ahilan multitasking di bidang lainnya ?

Semua tawaran itu berdasarkan keputusan dan kemauan karyawan, perusahaan Hanya menawarkan Karena perusahaan hanya mengajak karyawan untuk lebihBerkembang dan meningkatkan kemampuan. Oleh sebab itu, Radio Kisi 93.4 FM Adalah tempat belajar dan menempa para karyawannya untuk lebih siap bekerja di Perusahaan yang lebih besar dengan memiliki kemampuan yang banyak.

Lampiran 2 Hasil Wawancara Deira Sebagai Penyiar Kisi 93.4 FM

A. Konvergensi Teknologi

1. Apakah radio kisi menggunakan platform di media digital ?
Ya, Radio KISI memanfaatkan berbagai platform media digital untuk Menyebarkan konten.
2. Apa saja platform media digital selain website yang mendukung ada konvergensi Media di radio kisi fm ?

Nah, inikan tentang konvergensi teknologi ya yaitu berpindahan media lama ke Media baru, jadi kita siaran on air dari jam 8 pagi sampai jam 10 malam, untuk Kegiatan off airnya sesuai kebutuhan kita, untuk menunjang aktifitas lainnya kita Juga menggunakan media baru seperti instagram, tiktok dan web portal maupun app Android, media online ini sangat membantu kita salah satunya untuk memperluas Siaran kita. Semua media ini kita gunakan sejak mulai berdiri nya kisi yaitu Menggunakan media sosial instagram sampai yang terbaru app android dan website, Semua siaran kita di media konvensional bisa terhubung di website kita dengan mengakses alamat website kisi.com, namun kita tidak menggunakan via streaming Youtube untuk menyiarkan siaran karena bagi kita kurang efisien namun untuk Waktu dekat ini kami sedang membuat podcast, podcast tersebut bernama SIGames adalah segmen dimana penyiar kisi ditantang untuk bermain games artinya kita buat Sebagus mungkin dan kita post di media sosial kita, tidak hanya itu juga media sosial juga membantu aktifitas on air kita.

B. Konvergensi Konten

1. Sebagai seorang penyiar, platform media apa saja yang Anda gunakan saat ini Untuk menyampaikan konten selain siaran radio streaming?
Ya selain website Radio Steaming, penyiar kisi FM pun memiliki beberapa new media yang tujuannya mempromosikan dan menyampaikan Informasi agar audies Tertarik mendengarkan radio Kisi FM, new media berupa Instagram yang cukup Aktif.
2. Bagaimana pengalaman penyiar dalam menyajikan konten di berbagai platform Media tersebut? Apa tantangan yang anda hadapi?

Sebenarnya Pengalaman menyajikan konten itu saatlah perbedaan sekali ya sama Siaran on air , cara menyajikan konten siaran on air hanya menginformasikan Ulang berita yang berada di sosial media instagram kisi fm dengan bahasa sendiri Sedangkan pengalaman menyajikan konten di berbagai platform tentunya kami Harus mengubah konten tersebut menjadi gambar yang berupa flayer yang, Kemudian flayer tersebut diberikan caption berita yang nanti di posting melalui Instagram kisi dan akan dijadikan bahan siaran penyiar, selain itu ada konten yang Berbentuk video yang kami posting melalui instagram, konten tersebut berbentuk Reels , dan tantangan yang di hadapi kami saat menyajikan konten sebenarnya tidak Terlalu sulit karna sudah di bantu oleh

beberapa aplikasi yang bisa mengedit konten berupa gambar, audio dan video dan juga penyiar harus mampu mengemas dan menyesuaikan konten agar sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan masing-masing platform. Ini memerlukan keterampilan khusus dalam menyajikan konten dengan format yang berbeda.

3. Apakah ada pelatihan khusus yang diberikan oleh Radio Kisi fm untuk membantu penyiar memproduksi dan menyajikan konten di berbagai platform media?

Tidak ada pelatihan khusus dari radio kisi fm, Cuma memang kita rutin untuk Brainstorming, diskusi antar penyiar tentang trending media sosial seperti konten seperti apa dan cara produksinya dan kita juga setiap 3 bulan sekali merekrut anak Magang yang basicnya dari komunikasi yang berhubungan dengan on air radio dan editing sehingga membantu penyiar dalam produksi konten dan juga selalu Brainstorming untuk memperbarui konten dan informasi yang kita punya supaya terus di akses oleh pendengar kisi fm.

4. Apakah penyiar terlibat dalam proses interaksi dengan pendengar terkait pengembangan konten di berbagai platform media?

Ya terlibat karena Penyiar memainkan peran penting dalam proses interaksi dengan Pendengar terkait pengembangan konten di berbagai platform media. Dengan Memahami kebutuhan audiens, berinteraksi langsung dengan mereka, Berkolaborasi dengan mereka, mempromosikan konten dengan efektif, dan Memantau umpan balik mereka, penyiar dapat menciptakan konten yang relevan, Menarik, dan sukses di berbagai platform media.

5. Menurut Anda, apa dampak strategi konvergensi konten terhadap peran dan tanggung jawab seorang penyiar?

Menurut saya dengan adanya konvergensi media konten berpengaruh sekali karena Melalui konvergensi media konten penyiar dapat memiliki Personal branding, Penyiar harus membangun citra diri yang konsisten di semua platform untuk Menarik dan mempertahankan audiens dan juga penyiar juga harus dapat Memberikan ide serta menciptakan konten original untuk berbagai format media Melalui Instagram, Facebook dan TikTok. “

C. Konvergensi Bisnis

1. Selain Iklan apakah radio kisi dan elpas mempunyai platform media lain yang menjadi sumber pendapatan, kalo iya apa saja platform medianya ?

Kalo sejauh ini sumber pendapatan radio kisi fm sendiri selain dari iklan radio Steaming, kita juga memiliki media lain sebagai sumber pendapatan radio kisi yang berupa media sosial, melalui Instagram Kisi FM juga mempromosikan produk atau Endorsement sehingga dapat menghasilkan sumber pendapatan. Serta Dengan Melibatkan media social Instagram, radio tidak hanya memperkuat dampak iklan audio mereka tetapi juga menciptakan pengalaman merek yang

lebih holistik dan Interaktif bagi pendengar. Sehingga dapat menghasilkan sumber pendapatan. Sebagai contoh ya kami baru-baru menerima endorsement produk kopi , kami Membuat konten tersebut sekreatif mungkin agar dapat menarik audies Serta Dengan melibatkan media social Instagram dan tiktok dalam mempromosikan Produk tersebut, Selain itu radio tidak hanya memperkuat dampak iklan audio Mereka tetapi juga menciptakan pengalaman merek yang lebih holistik dan Interaktif bagi pendengar.

2. Apakah tantangan utama yang dihadapi radio kisi fm dalam menarik Pengiklan?

Nah, kalo tantangan otomatis di era di gital untuk sekarang ini , tentunya orang-Orang tidak seaktif dulu mendengarkan radio dan secara jumlah pendengar radio Juga tetap saja tidak seramai dulu, tapi ada saja pendengar setia kisi fm yang masih Mau dengerin kisi fm ,Cuma kita juga tidak bisa mengandalkan on air siaran saja , makanya tantangan terbesar yang di hadapin kisi fm dalam menarik pengiklannya Adalah Persaingan dengan Media Digital Lainnya sehingga radio kisi menghadapi Persaingan ketat dari media digital lainnya seperti internet dan media sosial. Pengiklan kini memiliki banyak pilihan untuk menjangkau audiens mereka, dan Radio kisi dan elpas harus bersaing dengan media digital lainnya untuk mendapatkan Perhatian pengiklan.

D. Konvergensi Profesional

1. Apakah radio kisi fm menyediakan pelatihan untuk membantu penyiar melakukan Jobdeks lainnya?

Tidak ada pelatihan khusus dari radio kisi fm, Cuma memang kita rutin untuk Brainstorming, diskusi antar penyiar tentang trend media sosial seperti konten Seperti apa dan cara produksinya dan kita juga setiap 3 bulan sekali merekrut anak Magang yang basicnya dari komunikasi yang berhubungan dengan on air radio Dan editing sehingga membantu penyiar dalam produksi konten dan juga selalu Brainstorming untuk memperbarui konten dan informasi yang kita punya supaya Terus di akses oleh pendengar kisi fm.

2. Apakah Anda merasakan perubahan tuntutan dalam peran Anda sebagai penyiar Dengan adanya konvergensi media?

Nah, kalo tantangan otomatis di era di gital untuk sekarang ini , tentunya orang-Orang tidak seaktif dulu mendengarkan radio dan secara jumlah pendengar radio Juga tetap saja tidak seramai dulu, tapi ada saja pendengar setia kisi fm yang masih Mau dengerin kisi fm ,Cuma kita juga tidak bisa mengandalkan on air siaran saja , makanya tantangan terbesar yang di hadapin kisi fm dalam menarik pengiklannya Adalah Persaingan dengan Media Digital Lainnya sehingga radio kisi fm menghadapi Persaingan ketat dari media digital lainnya seperti internet dan media sosial. Pengiklan kini memiliki banyak pilihan untuk menjangkau audiens mereka, dan radio kisi fm harus bersaing dengan media digital lainnya untuk mendapatkan Perhatian pengiklan.

3. Dengan semakin banyaknya platform media yang tersedia, bagaimana penyiar Mengembangkan keterampilan untuk menjadi penyiar yang multitalenta?

Bisa iya bisa tidak. Tidak dalam artian reporter kita Tugaskan atau difokuskan untuk Mencari berita di Lapangan, kemudian penyiar kita fokuskan untuk siaran Dan kita Punya sendiri personalnya untuk media sosial. Tapi ketika mereka seperti reporter Merasa ingin Tantangan atau ada kemauan di dirinya sendiri untuk multitasking, Dalam artian mereka harus bisa siaran, Bisa mempublish dan membuat berita tapi Tetap tidak Bisa bebas seperti berita tersebut layak bisa tayang Atau tidak. Jadi Intinya kalau di kisi fm harus Multitasking sebenarnya, jadi ketika kita menjadi Penyiar kita juga harus siap menjadi reporter ataupun Sebaliknya. Walaupun Memang fokusnya harus satu-Satu. Akan tetapi, sekarang mau tidak mau eranya Begitu dan yang terjadi di kisi fm seperti itu, teman-Teman reporter sekarang siaran, Teman-teman penyiar Tetap siaran juga bisa buat konten di instagram dan live Instagram

4. Apakah penyiar mengembangkan keterampilan baru seperti produksi video, editing Audio/video, atau pemrograman untuk mendukung peran penyiar di era digital?

Tidak, sebenarnya aku lebih orang didepan layar ya, tapi penyiar juga berperan Penting dalam produksi konten contohnya dalam hal menjadi talent konten dalam Produksi pembuatan konten yang dibuat oleh anak magang , jadi kalo keterampilan Produksi video itu lebih ketugas anak magang dan program director

5. Bagaimana penyiar menjaga relevansi dan keunikan Anda sebagai penyiar di tengah Persaingan dengan influencer media sosial atau kreator konten digital lainnya?

Kalo saya sendiri untuk menjaga keunikan saya sebagai penyiar radio tuh dengan Cara:

- a) Mengembangkan gaya siaran personal, contohnya nya karna saya membawakan Program acara siang yaitu afternoon delingt jadi dalam gaya siaran Penyiar radio Kisi ini punya gaya komedi yang khas. Ia sering menggunakan suara-suara karakter Yang berbeda saat siaran, menciptakan kesan seolah ada banyak orang di studio. Humornya slapstick dan terkadang absurd, cocok untuk pendengar yang mencari Hiburan ringan di siang hari sehingga pendengar pun tertarik untuk mendengarkan Radio kisi
- b) Memanfaatkan platform media, contohnya sangat saya siaran kami pun penyiar Kisi melakukan live streaming instagram dan membuat quotes box untuk menarik Pendengar
- c) Melakukan storytelling

Biasanya pada saat siaran penyiar kisi melakukan storytelling membahas yang sedang viral di media sosial lalu di bacakan dengan gaya bahasa penyiar kisi.

6. Bagaimana tantangan penyiar dalam menghadapi konvergensi media di era Gitalisasi ini?

“Karena pemberitaan dan perkembangan yang cukup Pesat, Tantangan kita adalah bisa menyiarkan berita Seakurat mungkin. Kemudian Tantangan ke depan Secara teknis bagaimana bisa kita meningkatkan lagi Dengan Platform yang lain. Karena mau tidak mau, Kalau lihat sekarang sudah luar biasa Teman-teman Radio menggunakan platform. Tantangan-tantangan Lainnya, yaitu Berharap untuk secara teknis siaran kita Tidak hanya bisa di dalam studio dengan Peralatan Yang lengkap dan personil yang lebih banyak. Agar Siaran radio kisi fm dan effort yang kita hasilkan bisa Dirasakan oleh pendengar atau juga oleh Masyarakat Sekitar.

Lampiran 3 Hasil Wawancara Almond Rista Sebagai *Program Director* Kisi 93.4 FM

A. Konvergensi Teknologi

1. Apakah radio kisi menggunakan platform di media digital ?
Ya, Radio KISI memanfaatkan berbagai platform media digital untuk Menyebarkan konten.

2. Apa saja platform media digital selain website yang mendukung ada konvergensi Media di radio kisi fm ?

Nah, inikan tentang konvergensi teknologi ya yaitu berpindahan media lama ke Media baru, jadi kita siaran on air dari jam 8 pagi sampai jam 10 malam, untuk Kegiatan off airnya sesuai kebutuhan kita, untuk menunjang aktifitas lainnya kita Juga menggunakan media baru seperti instagram, tiktok dan web portal maupun app Android, media online ini sangat membantu kita salah satunya untuk memperluas Siaran kita. Semua media ini kita gunakan sejak mulai berdiri nya kisi yaitu Menggunakan media sosial instagram sampai yang terbaru app android dan website, Semua siaran kita di media konvensional bisa terhubung di website kita dengan

3. Dan bagaimana tantangan penyiar dalam menyebarkan informasi melalui Berbagai platform untuk di jangkau oleh pendengar?

Kalo tantangannya sebenarnya banyak sekali ya, Cuma kita melihatnya lebih Efisien aja, Di radio kisi fm juga memiliki target pendengar sebelumnya kami Sendiri melihat dari segmentasi radionya misalnya anak muda dan dewasa, nah di Sini kita mencari dan membuat konten-konten yang targetnya tidak jauh dari Segmen siaran kisi fm itu sendiri seperti memberikan informasi isu-isu yang sedang Naik dikalangan anak muda dan juga memberikan edukasi seperti kesehatan, tapi Intinya penyesuaian antara segmentasi radio dan konten-konten digital kisi fm itu sendiri harus Pas.

B. Konvergensi Konten

1. Apakah program director menyiapkan konten dan program baik untuk platform Digital, media sosial, maupun siaran konvensional sama saja, jika berbeda apa saja Contohnya ?

Kalo saya sendiri sebagai program director pada dasarnya, program direktur Bertanggung jawab untuk menyiapkan konten dan program baik untuk platform Digital, media sosial, maupun siaran konvensional. Namun, terdapat beberapa Perbedaan dalam pendekatan dan pertimbangan yang harus dilakukan, kalo Menurut saya perbedaannya terletak pada formatnya pada platform tersebut contohnya :

- a) Digital: Konten digital umumnya lebih pendek dan lebih mudah Dikonsumsi, dengan fokus pada visual dan teks yang menarik. Contohnya, Pada flayer dan caption yang di buat oleh anak magang setiap harinya.

- b) Siaran konvensional: Konten siaran konvensional, seperti program radio yang berada di kisi fm, memiliki format yang lebih panjang dan terstruktur.
- c) Medsos: Konten media sosial harus disesuaikan dengan platform yang digunakan. Contohnya, konten reels yang disajikan melalui Instagram dan TikTok. Meskipun ada beberapa perbedaan, program director harus tetap memastikan bahwa konten dan program yang saya buat memiliki pesan yang konsisten di semua platform. Penting untuk memahami karakteristik dan target audiens dari setiap platform agar konten dapat disampaikan dengan efektif.
3. Bagaimana strategi program director memastikan bahwa program dan konten, di radio tetap relevan dengan kebutuhan pendengar?
Ya pasti supaya relevan ya, harus sering-sering update yang sedang trend di media sosial, jadi bukan hanya program director saja yang mengecek kebutuhan konten. Tetapi untuk penyiar-penyiar kisi fm juga harus mengikuti updatean berita di media sosial, jadi apa yang kita buat secara siaran on dan disosmed tetap relevan untuk pendengar dan penggunaan media sosial.
4. Lalu bagaimana produksinya dan penyebarannya?
Kalau untuk produksi kami pun ada tim dan dibantu oleh anak magang juga, tapi saya sendiri sebagai program director tetap memantau serta memberikan ide dari isi kontennya serta kalau dari alat yang digunakan untuk buat konten dan publish di media sosial itu dari kita sendiri menggunakan handphone sendiri. Selain itu juga ada handphone dari kisi fm juga untuk mempublish konten. Kalau untuk youtube juga melalui handphone, seperti streaming Instagram, ataupun dengan WhatsApp fungsinya untuk melihat request lagu dari pendengar kisi fm.
5. Apa saja jenis konten yang ditayangkan?
Jenis konten yang disajikan oleh kisi fm sendiri adalah jenis konten edukasi dan entertainment.
6. Bagaimana cara program director dalam menyajikan konten di berbagai platform?
Dari 5 media online yang digunakan oleh kita, yang paling banyak peminatnya media online Instagram. Mungkin Instagram ini termasuk dalam media online yang masih baru ya, fitur di aplikasi ini juga banyak ada IG TV, live streaming, IG Video. Membuat pendengar radio kita semakin aktif. Kita jadi semangat untuk menyajikan konten edukasi yang kita posting di Instagram, kita juga kadang buat konten aktifitas sehari-hari di studio tidak hanya itu juga kita juga buat poster program yang diupload dulu ke Instagram setengah jam sebelum onair, nanti juga langsung dibagikan ke Facebook dan TikTok juga.

7. Siapa target pendengar yang menonton konten di radio kisi fm?

Kalo untuk target pendengar kisi sebenarnya lumayan luas ya, kita juga udah mulai melebar ke anak SMA walaupun mungkin banyak tantangannya juga apalagi anak SMA sekarang lebih menggunakan media sosial seperti tiktok, instagram dan youtube, jadi dari target pendengar kisi sekitar 17 -40 tahun.

C. Konvergensi Bisnis

1. selain iklan, apakah ada kemitraan lain yang diharapkan sebagai sumber pendapatan radio kisi fm?

Iya Selain iklan, ada beberapa kemitraan lain yang dapat membantu KISI FM Sebagai sumber pendapatan mulai dari Kerjasama konten yaitu Kolaborasi dengan Perusahaan untuk membuat konten khusus, seperti segmen berita atau talkshow, Serta mempromosikan produk klien secara langsung saat siaran dan kami pun memilih media social instagram dan rekaman produk pada saat putar pada saat siaran sebagai strategi dalam konvergensi bisnis.

2. Apakah media social berperan penting dalam menarik klien untuk beriklan di radio elpas ?

Ya, media sosial berperan sangat penting dalam menarik slot pengiklan atau Kerjasama bagi KISI FM. Di era digital ini, pengiklan sering melihat jangkauan dan Engagement media sosial sebuah radio untuk menilai popularitas dan target Pendengarnya.

3. Jika ya , media sosial apa saja yang ikut andali dalam menarik klien untuk beriklan di radio elpas serta bagaimana prosesnya ?

Ya, media sosial memainkan peran penting dalam menarik slot pengiklan atau kerjasama yang dilakukan Radio Kisi FM. Berikut adalah beberapa media sosial yang umum digunakan Facebook, Instagram dan tiktok serta biasanya dalam prosesnya Kami membuat konten dari endorsement yang diberikan oleh klien lalu kami Promosikan melalui media social instagram, facebook serta tiktok dengan Menggunkan talent kita yaitu penyiar KISI FM.

4. bagaimana hambatan dan tantangan radio elpas dalam menarik klien untuk pengiklan ?

Mungkin kalo hambatannya banyak klien juga yang pada akhir mempertimbangkan Jumlah pendengar, sedangkan untuk jumlah pendengar kami pun agak kesulitan Mendapatkan data nya, karna data tersebut merupakan hasil survey nieslen. Contohnya saat klien memasang adils, ada berapa pendengar yang mendengarkan Adils yang dibacakan radio kisi fm , jadi hambatannya itu saja sedangkan untuk Tantangannya kami sebagai

radio di era digital sekarang ini dengan banyaknya Saingan seperti influencer dan selebgram yang secara langsung dilihat dari jumlah Followers lebih besar di bandingkan radio ,jadi kilen pun kalo ingin pengiklan diradio juga sudah jelas ya melihat followers dan liked video yang di posting di Media social kisi fm dulu. Nah itu juga jadi tantangan kita makanya udah 2 tahun Kebelakangan ini radio kisi fm sebagai radio ingin memperkuat di bagian Sosmednya supaya kita bisa bersaing dengan influencer dan selebgram di Media Sosial.

D. Konvergensi Profesional

1. Apakah radio elpas menawarkan pelatih khusus bagi program director atau karyawan lain dalam melakukan tugas lain?

“Semua tawaran itu berdasarkan keputusan dan kemauan Karyawan, perusahaan Hanya menawarkan. Karena Perusahaan hanya mengajak karyawan untuk lebih Berkembang dan meningkatkan kemampuan. Oleh sebab Itu, Radio Kisi 93 4 fm Adalah tempat belajar dan Menempa para karyawannya untuk lebih siap bekerja di Perusahaan yang lebih besar dengan memiliki kemampuan Yang banyak

2. Kalau iya , apakah program direktor harus memiliki keahlian multalking?

“Dengan memilih bekerja di lebih dari satu divisi tentunya Memiliki tugas yang Berat dan tantangan yang harus Dihadapi seperti harus memiliki kemampuan lebih Dari Satu, menyelesaikan pekerjaan yang lebih dari satu dalam Waktu yang Bersamaan dan harus mengejar waktu tak Jarang, dengan multitasking seperti ini Membuat pekerjaan terselesaikan kurang maksimal. Hal demikian merupakan Sudah menjadi tanggung jawab konsekuensi atas pilihan Saya.

3. Apa saja keahlian lain yang dimiliki program director ?

Kalo saya sendiri selain menjadi program director , saya juga merangkap sebagai Penyiar ,pengisi suara iklan serta editor, “Kebetulan pengambilan gambar, video, Dan pengisi suara dilakukan oleh saya sendiri. Biasanya untuk konten audio Visual Disisipkan efek suara, teks, gambar, dan lainnya yang Diedit oleh divisi media Sosial. Jadi saya bekerja sama dengan divisi media sosial untuk konten media Sosial, sedangkan untuk penyiar, saya pun megang salah satu program di kisi fm yaitu Bogor In The Morning.

Lampiran 4 Hasil Wawancara Station Manager Lidya Kurnia Radio Elpas FM

A. Konvergensi Teknologi

1. Apakah radio elpas menyiarkan informasi melalui multiplatform ?

Jadi saat ini radio itu di tuntut dengan adanya sosial media yang begitu booming , maka keberanda siaran radio pelan-pelan memundar, bahkan anak muda sekali jarang sekali mendengarkan radio , dan jan dulu kalo untuk mendengarkan radio pasti di mobil saja. Tidak bida di pungkiri keberanda media sosial sangat memberikan berubah besar terutama dari segi komunikasi dan ekonomi , maka dari segi memperluas dan memperkenalkan radio itu masi eksis maka radio elpas pun harus melakukan konvergensi dengan cara menggunakan website yang beralamat di www.elpas.com fungsinya untuk menunjang radio dalam memberikan informasi tanpa batas dan waktu serta kami pun menggunakan new media seperti live langsung menggunakan instagram pada saat siaran sehingga pendengar tidak hanya mendengarkan suara penyiar elpas tapi dengan ada live instagram, bisa mengenalin para penyiar elpas itu sendiri, diharapkan dengan menggunakan media sosial juga radio elpas dapat menarik pendengar baru.

2. Platform apa saja yang di gunakan oleh elpas untuk menyiarkan informasi??

Radio elpas itu dilihat dari pendengar nya memang kita sebgaiian besar kelas nya ABC jadi mereka tuh yang masih mempergunakan facebook, dan baru-baru ini media sosial yang sedang booming yaitu tiktok dan instagram, radio elpas juga menggunakan platform tersebut, selain itu di bantu oleh website streaming kita yang beralamat di www.elpas.com yang dapat di akses oleh pendengar tapi untuk Alat komunikasinya awalnya kita menggunakan sms dan sudah beralih ke whatsapp ,karna kita ingin Memaksimalkan penggunaan dengan ada aplikasi whatsapp memudahkan penyiar agar dapat berinteraksi dengan pendengar elpas dan juga bisa digunakan untuk survey dan kuis di program elpas melalui proses tersebut.

3. Lalu kendala dan tantangan apa saja yang dihadapi radio steaming di bandingkan Media sosial ?

Karna dua-dua menggunakan koneksi internet ya kalo untuk kendalanya radio streaming dibandingkan media sosial secara teknis adalah ketika ada petir ya pasti otomatis dari keadaan listriknya mati, biasanya dari kendala tersebut kami harus menunggu alat pemancar radionya nyala , baru kita lanjut siaran sedangkan untuk tantangannya radio streaming yaitu radio adalah sesuatu media massa yang sering di dengarkan tiap hari , kami sendiri radio elpas ingin mengajak dan memberikan informasi dengan cara mempromosikan radio kami lewat website siaran streaming, walaupun memang pada era digital ini banyak apilkasi seperti spotify, youtube serta tiktok, maka kita harus berinvosi dengan cara memberikan program-program yang fresh agar dapat menarik pendengar elpas .

4. Apakah dengan adanya Konvergensi media teknologi , radio streaming dapat Berfungsi dengan efektif?

Dikarnakan sekarang mungkin sudah jarang sekali ya orang mempunyai radio analog jadi mereka sekarang lebih mengandalkan handphone jadi banyak radio di bogor yang menggunakan aplikasi-apilkasi untuk meningkatkan pendengar maka di gunakanlah radio streaming atau website fungsinya agar pendengar bisa mendengarkan dimana saja dan tanpa ada batasan jarak serta waktu dan itupun awalnya juga radio steaming dengan penyiar ada jedanya , jadi dengan kemajuan teknologi juga jedanya tidak terlalu jauh jadi gak terlalu jomplang kalo ada telepon saat siaran.

5. Bagaimana proses Konvergensi media teknologi yang dilakukan oleh Radio Elpas Sebagai radio komersial lokal bogor Pada era digital saat ini?

Dengan ada konvergensi media sekarang radio elpas lebih menekankan kepada siaran konvensional dengan menggabungkan media sosial dengan cara siaran live instagram , selain dengan adanya kedua media tersebut memudahkan radio elpas dalam mengadakan kuis atau undian hadiah pada program elpas sehingga pendengar pun dapat berinteraksi dengan penyiar elpas itu sendiri.

B. Konvergensi Konten

1. Dalam bentuk apa saja variasi konten yang digunakan radio kisi fm dalam Menyebarkan konten?

Kalo variasi konten yang ada di radio elpas sendiri kami menggunakan dalam bentuk video melalui konten dan iklan yang berisikan iklan yang berkerjasama dengan radio elpas itu sendiri, sebagai contohnya penyiar membuat konten berisikan tentang kegiatan saat siaran , Nah konten tersebut akan dishare melalui media sosial instagram ,tiktok dan facebook tentunya , selain itu ada konten yang berbentuk gambar yang berisikan flayer program elpas ataupun talkshow klien, kebetulan juga radio elpas lebih aktif menggunakan facebook yang memiliki jumlah pengikut sebanyak 10 ribu followers , untuk konten tidak terlalu berbeda dengan yang ada di instagram serta Tiktok.

2. Lalu jenis konten apa saja yang disajikan oleh radio kisi FM?

Jenis konten yang kami buat lebih kepromosi misalnya acara talkshow dengan kilen serta berbagai produk yang berkerjasama dengan pihak elpas itu sendiri , jadi saat kita siaran bersama kilen, baru lah kita membuat tapping sedikit pada acara talkshow tersebut lalu sebagaian dari video itu kami jadikan konten yang kami share melalui instagram serta facebook.

3. Apakah station manager berperan penting dalam pembuatan produksi konten?

Tidak,kalo untuk pembuatan produksi konten station manager tidak berperan , karna yang lebih bertanggung jawab program director, crew penyiar serta anak magang jadi soal ide dan konsep lebih kemereka ,kalo saya sendiri tugasnya hanya mengecek kekurangan apa yang ada dikonten sehingga dapat di share di media sosial elpas itu Sendiri.

C. Konvergensi bisnis

1. Apakah ada kemitraan dengan perusahaan media lain yang sedang dijalin Radio elpas?

Kerjasama yang sedang dijalin Radio elpas tentu ada, radio elpas kini menjalin kerja sama dengan media partner.

2. Jika ada media apa saja yang berkolaborasi?

Kalo untuk kerjasama dengan kemitraan lain kami sendiri melibat media sosial sebagai media promosi contohnya dengan provider internet seperti telkomsel, kami diberikan kesempatan untuk mempromosikan produk tersebut melalui rekaman iklan yang setiap hari di siarkan oleh radio elpas serta kami menggunakan sponsor provider internet sebagai siaran kami, selain itu terdapat produk-produk wings yang biasanya kami promosikan melalui flyer yang kita unggah melalui instagram serta Facebook yang berbentuk video, lalu terdapat kerjasama dengan PH film (prosedur house), biasanya pihak PH mendatangkan crew perform untuk mempromosikan film yang mereka bintangin melalui siaran radio serta terdapat kerja antara media televisi contoh radio elpas mempromosikan program family 100 dan take me out melalui media social intagram yang berbentuk flyer dan terdapat iklan kesehatan menampilkan tips-tips kesehatan bersama dokter yang sudah ahli dibidangnya, strategi ini yang di pilih oleh radio elpas dalam melakukan konvergensi Bisnis.

3. Manfaat apa saja yang di rasakan radio Elpas setelah melakukan kerja sama dengan Media lain?

Tidak, kalo untuk pembuatan produksi konten station manager tidak berperan, karna yang lebih bertanggung jawab adalah program director, crew penyiar serta anak magang jadi soal ide dan konsep lebih kemereka, kalo saya sendiri tugasnya hanya mengecek kekurangan apa yang ada dikonten sehingga jika sudah sesuai dapat di share di media sosial elpas itu Sendiri.

D. Konvergensi Media Profesional

1. Apakah Ibu sering melakukan riset konsumen?

Kalo untuk melakukan riset konsumen sendiri radio elpas cukup jarang ya.

2. Jika iya, bagaimana prosesnya Ibu melakukan riset konsumen pada pendengar Lepas?

Biasanya kami melakukan riset konsumen dengan melakukan kuis melalui website elpas serta di bantu oleh whatsapp dengan cara itu kami mengetahui target pendengar kita rata-rata berumur 20 sampai 60 keatas, tapi memang tidak bisa jadi tolak ukur, karna banyak pendengar-pendengar kita yang disebut pasif

3. Bagaimana menghadapi perubahan konsumen ?

Kalo pun mereka tinggal di pelosok saat ini dengan gangguan internet dan masih menggunakan radio analog, kita pun menggunakan stratregi dengan cara mempromosikan website streaming dengan cara menaruh link bio website kami di media sosial instagram, agar bisa di dengarkan oleh pendengar elpas walaupun dengan keadaan jarak yang jauh, selain itu elpas sendiri memperkuat di bagian konten yang berada di media sosial elpas karna dengan adanya inovasi

yang terjadi di media sosial dapat membuktikan eksistensi radio elpas sebagai radio komersial di kota bogor.

4. Selain, melakukan riset konsumen apakah bapak memiliki keahlian multitasking lain?

Kalo untuk keahlian lain tidak ada ya , kami radio elpas sudah di berikan tanggung jawab dan jobdesk masing -masing, tapi kalo untuk program director sendiri merangkap sebagai teknisi jadi tidak semua mendapat keahlian multitasking.

5. Apakah Radio Kisi fm menawarkan pelatih khusus bagi para karyawan elpas Agar mendapatkan ahilan multitasking di bidang lainnya ?

Kalo untuk pelatih khusus ada iya ,Namun secara umum, Salah satu hal yang paling identik dengan konvergensi media adalah karyawan dituntut untuk memiliki kemampuan multitasking, sehingga bisa melakukan banyak hal secara mandiri. Hal ini juga terjadi di Radio elpas dimana produktivitas karyawan benar-benar dimaksimalkan. Seorang penyiar tidak hanya bertugas untuk siaran, namun juga merangkap menjadi posisi lain sesuai jabatannya dalam jenjang karier. Hal ini elpas pun membutuhkan koordinasi bersama divisi lain agar menciptakan proses yang baik secara konten maupun programnya Hal ini merupakan salah satu strategi konvergensi media yang dilakukan radio elpas untuk meningkatkan kinerja karyawan, agar semakin banyak yang dihasilkan, namun sedikit yang dikeluarkan, karena secara otomatis anggaran untuk menggaji karyawan pun tidak sebanyak jika karyawan ditambah.Radio elpas sebagai radio dengan format family station memiliki banyak program acara yang disiarkan selama 24 jam dalam sehari selama seminggu. Program- program tersebut bisa dinikmati oleh semua kalangan, mulai dari remaja, hingga orangtua. Jam siaran yang terbilang sangat padat dalam sehari menunjukkan bahwa produktivitas siaran merupakan hal yang penting untuk dilakukan. Radio elpas memahami bahwa kebutuhan pendengar tidak lah sama. Artinya, tidak semua pendengar akan mendengarkan radio pada pagi hari atau malam hari saja. Ada beberapa kelompok pendengar yang justru butuh mendengarkan radio di waktu yang tidak lazim, seperti dini hari saat orang lain tengah beristirahat. Oleh sebab itu, elpas mencoba memaksimalkan produktivitas siaran agar dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan pendengar tersebut.

Lampiran 5 Hasil Wawancara Penyiar Anezasya Radio Elpas

A. Konvergensi Teknologi

1. Apakah radio elpas menggunakan platform di media digital ?

Ya, platform media digital yang kami gunakan berupa website <http://www.elpas.com> yang fungsinya untuk menyebarkan informasi sedangkan media social yang menggunakan tiktok, facebook dan instagram, tapi biasanya kami menggunakan facebook dan instagram untuk live saat siaran berlangsung agar pendengar dapat berinteraksi dengan penyair..

2. Apa saja platform media digital selain website yang mendukung ada konvergensi Media di radio elpas ?

Kalo platform radio elpas yang kami gunakan dalam mendukung adanya konvergensi teknologi adalah website radio sendiri ya karna Pada Pemanfaatan teknologi radio elpas menggunakan media online website sebagai bentuk penyebaran informasi melalui penyiar, Untuk menarik minat pendengar, elpas tidak hanya bisa diakses secara live streaming, namun radio elpas juga menyediakan situs website dan mempromosikan program acaranya dengan memanfaatkan media sosial. Hampir semua stasiun radio di kota bogor memiliki akun media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. Namun, tidak semuanya memiliki situs website. Umumnya, hanya radio-radio besar yang beroperasi di banyak kota saja yang memiliki situs website, sementara radio-radio lokal bogor tidak memiliki situs website. Meski ada atau tidaknya website bukan merupakan suatu standar yang harus dimiliki oleh sebuah stasiun radio.

B. Konvergensi Konten

1. Sebagai seorang penyiar, platform media apa saja yang Anda gunakan saat ini Untuk menyampaikan konten selain siaran radio streaming?

Biasanya kami menggunakan instagram, tiktok serta facebook dalam menyebarkan konten dan promosi iklan, tapi biasanya kami seringkali menggunakan facebook karna pendengar kami berasal dari sana.

2. Bagaimana pengalaman penyiar dalam menyajikan konten di berbagai platform Media tersebut? Apa tantangan yang anda hadapi?

Kalo konten siaran konvensional biasa kami membuat konten bersama bintang tamu di acara program goyang senggol yang disiarkan setiap senin sampe jumat, contohnya acara talkshow tentang berbincang sehat bersama pakar kesehatan kota bogor, narasumber memberikan informasi-informasi dan disiarkan melalui website streaming, setelah itu kami membuat tapping dari talkshow tersebut sedikit cupilkan konten yang kami share melalui instagram, facebook dan tiktok, karna radio elpas memiliki banyak program, elpas pun menerapkan konten yang multisegmen artinya pada setiap program elpas berbeda juga konten yang di sajikan, misalnya program goyang senggol kami lebih membuat konten seputar konten dangdut sesuai dengan target pendengar kami di umur 30an sedangkan untuk program 100% kami membuat konten sedang trending dikalangan anak muda. Selain itu kami juga sering mempromosikan iklan kilen melalui website radio elpas setiap 10 menit penyiar memutar lagu. Mungkin kalo

tantangan yang dihadapi radio elpas harus bersaing dengan banyaknya media baru contoh youtube karna dari segi iklan pasti banyak kilen yang beriklan disana dengan jumlah pengikut yang lumayan banyak, jadi gimana caranya elpas membuat konten yang menarik agar kilen dapat beriklan dengan radio elpas dengan cara berpromosi di media social maupun website. Dan dari segi konten pribadi, elpas pun harus membuat banyak konten yang unik dari segi kualitas gambar, ide dan konten yang disajikan di media social agar mendapatkan like dan komen yang positif.

3. Apakah ada pelatihan khusus yang diberikan oleh Radio Kisi fm untuk Membantu penyiar memproduksi dan menyajikan konten di berbagai platform media?

Tidak ada pelatihan khusus dari pihak radio elpas, hanya saja ada anak magang yang membantu kami dalam membuat konten, misalnya mereka mengajak penyiar sebagai talent untuk konten tiktok dengan ide video-video yang sedang trending di tiktok, lalu dikemas kembali dengan cara kita, jadi kita bebaskan anak magang untuk berpikir kreatif dengan caranya.

4. Apakah penyiar terlibat dalam proses interaksi dengan pendengar terkait Pengembangan konten di berbagai platform media?

Iya, salah satu bentuk loyalitas penyiar radio elpas kami harus mengikuti berbagai platform media sosial yang ada di elpas, jadi ketika pendengar elpas merespon satu konten yang ada di instagram, tiktok maupun facebook, kami pun menerima dengan baik komentar atau pun dm yang masuk di media sosial elpas.

5. Menurut Anda, apa dampak strategi konvergensi konten terhadap peran Dan tanggung jawab seorang penyiar?

Strategi konten yang elpas lakukan untuk mendukung adanya konvergensi dengan adanya divisi konten, ketika kami membuat sebuah ide atau konten yang baru proses lumayan cepat ya karna memang penyiar dan divisi konten serta anak magang yang membuat konten dalam seminggu bisa 8 konten yang di unggah melalui instagram dan facebook. sehingga dengan adanya konten-konten yang kami buat memberikan warna bagi radio elpas.

C. Konvergensi Bisnis

1. Selain Iklan apakah radio kisi dan elpas mempunyai platform media lain yang Menjadi sumber pendapatan, kalo iya apa saja platform medianya ?

biasanya kami menggunakan platform media dalam promosi iklan. Jadi ada beberapa pilihan untuk kilen-kilen yang beriklan di radio elpas, misalnya 10 kali tayang dalam sehari, kita kasih bonus berupa postingan iklan produk kilen 2 kali di Instagram elpas, sehingga Untuk iklan selain kita memasang pada radio manual, kita juga memasang iklan pada media sosial. Jadi, internet hanya sebatas pendorong atau penggerak. Radio elpas tidak bersifat seimbang tidak komersial, komersialisasi iklan di radio elpas bukan

kepada pencarian untung akan tetapi lebih kepada menjadi tolak ukur sejauh mana elpas di dengar.

2. Apakah tantangan utama yang dihadapi radio kisi fm dalam menarik Pengiklan?

Tantangannya ketika kilen kurang percaya beriklan di radio , misalnya emang masi ada yang mendengar radio sedangkan jumlah pendengar di radio makin sedikit sehingga radio pun harus menyakinnkan kilen untuk beriklan di radio dengan menggunakan strategi marketing yang di gunakan oleh elpas yang berupa promosi di instagram dan facebook dengan konten yang unik dan dengan adanya jumlah followers yang banyak dapat menyakinkan kilen dalam beriklan di radio elpas.

D. Konvergensi Profesional

1. Apakah radio elpas menyediakan pelatihan untuk membantu penyiar melakukan Jobdeks lainnya?

Tidak ada pelatihan khusus ya, Cuma untuk radio elpas sendiri menerapkan system koordinasi bersama divisi lain sehingga proses koordinasi akan membantu memaksimalkan kinerja masing-masing divisi yang ada dalam suatu perusahaan media.

2. Apakah Anda merasakan perubahan tuntutan dalam peran Anda sebagai penyiar Dengan adanya konvergensi media?

Konvergensi media telah membawa perubahan signifikan dalam peran penyiar. Sebelumnya, penyiar mungkin hanya fokus pada satu medium , seperti siaran. Namun kini, penyiar dituntut untuk menguasai berbagai platform media. Penyiar harus mampu beradaptasi dengan cepat, menghasilkan konten yang sesuai untuk siaran langsung, podcast, video streaming, dan berbagai platform media sosial. Peran mereka telah berkembang dari sekadar pembawa acara menjadi produser konten multi-platform yang serbaguna. Dan tuntutan akan keterampilan teknologi juga meningkat pesat. Penyiar kini perlu familiar dengan berbagai perangkat lunak dan perangkat keras digital, dari peralatan siaran hingga aplikasi pengeditan audio dan video. Mereka harus bisa mengoperasikan kamera, mengedit konten, dan bahkan mengelola situs web atau akun media sosial. Kemampuan untuk cepat belajar dan beradaptasi dengan teknologi baru menjadi kualitas yang sangat penting.

3. Dengan semakin banyaknya platform media yang tersedia, bagaimana penyiar Mengembangkan keterampilan untuk menjadi penyiar yang multitalenta?

Jadi kebetulan elpas sendiri memberikan kesempatan untuk penyiar berkreasi, selama kami tidak tampilkan selama tidak melanggar kode etik penyiar dimana kami tidak boleh ngomongin agama,kekerasan serta politik saat siaran berlansung,biasanya penyiar elpas diberikan kebebasan dalam berkreasi melalui media social sebagai kebutuhan penyiar dalam

menyampaikan informasi dan dalam mengembangkan keterampilan biasa karyawan elpas berkolaborasi, misalnya khususnya penyiar harus merangkap menjadi tim Marketing. Kayak contohnya misalkan penyiar selain dituntun dalam siaran, saya pun merangkap menjadi Marketing yang mempromosikan sebuah iklan di radio melalui siaran Langsung, Selain itu Penyiar berkoordinasi bersama Divisi media sosial dalam pemasangan iklan di media sosial, Hal ini sebagai bentuk menarik jumlah pendengar atau penonton,

4. Apakah penyiar mengembangkan keterampilan baru seperti produksi video, editing Audio/video, atau pemrograman untuk mendukung peran penyiar di era digital?

Tidak, tapi ada beberapa penyiar elpas yang ikut andil dalam produksi konten sesuai kebutuhan program tersebut. tapi kalo untuk keseluruhannya tidak ya karna sudah ada yang bertanggung jawab dalam produksi konten mulai dari video, audio serta program yang ada di elpas yaitu program director.

5. Bagaimana penyiar menjaga relevansi dan keunikan Anda sebagai penyiar di tengah Persaingan dengan influencer media sosial atau kreator konten digital lainnya?

Kalo menurut saya sebagai penyiar dengan adanya persaingan influencer media dan konten kreator, tidak ada persaingan karna radio merupakan media local yang memiliki pasar dan marketing sendiri, sedangkan untuk influencer dan konten kreator memiliki jangkauan yang luas.

6. Bagaimana tantangan penyiar dalam menghadapi konvergensi media di era Digitalisasi ini?

Penyiar menghadapi berbagai tantangan signifikan dalam era konvergensi media dan digitalisasi. Perubahan lanskap media yang cepat mengharuskan mereka untuk beradaptasi dengan teknologi baru dan platform digital yang terus berkembang. Penyiar tidak lagi cukup hanya mengandalkan keterampilan siaran tradisional, tetapi harus menguasai berbagai bentuk penyampaian konten digital. Serta Konvergensi media menuntut penyiar untuk menjadi profesional multitasking. Mereka harus mampu menghasilkan konten yang cocok untuk berbagai platform, dari siaran langsung hingga podcast dan media sosial. Hal ini berarti penyiar perlu mengembangkan keterampilan tambahan seperti penulisan, fotografi, dan pengeditan video. Kemampuan untuk mengadaptasi gaya penyampaian sesuai dengan platform yang berbeda juga menjadi kunci

Lampiran 6 Hasil Wawancara Program Director Pak Wanda Adi Permana atau biasa dipanggil Reza

A. Konvergensi Teknologi

1. Apakah radio kisi menggunakan platform di media digital ?

Untuk media sosial semuanya sama saja ya, hampir semua radio pasti menggunakan media sosial ini, seperti Facebook, Instagram dan TikTok, jadi radio juga membutuhkan media juga fungsinya untuk bersosialisasi dan untuk berpromosi.

2. Apa saja platform media digital selain website yang mendukung konvergensi Media di radio kisi fm dan bagaimana penggunaannya?

Selain website yang mendukung jalannya siaran, kami pun dibantu oleh Facebook dan TikTok gunakannya untuk menyapa para pendengar elpas dengan melalui live streaming.

3. Lalu hambatan apa saja yang dirasakan program director dalam menggunakan Platform media digital?

Kalo untuk hambatan yang dihadapi program director dalam penggunaan teknologi secara teknis. Kendala yang dihadapi oleh radio elpas yang dapat mengganggu program siaran yaitu cuaca yang buruk dapat membuat jaringan frekuensi radio menjadi jelek. Untuk mengatasi hal tersebut, program director sudah menyiapkan teknis yang selalu stand by. < Berkutnya masalah listrik yang padam, program director menyiapkan mesin genset agar siaran program tidak terganggu. Program director selalu mengevaluasi kru dan juga penyiar agar kru dan penyiar dapat berinovasi dan berkembang.

B. Konvergensi Konten

1. Apakah program director menyiapkan konten serta program melalui media sosial, maupun siaran konvensional sama saja, jika berbeda apa saja Contohnya?

Kalo dari segi menyiapkan konten serta program melalui sosial mampu siaran Konvensional, Jelas berbeda ya karna kalo untuk konten yang kami buat biasanya kami membuat dalam bentuk video seperti konten reels yang berisikan tentang kegiatan penyiar saat siaran dan juga acara talkshow kilen yang kami kemas dalam bentuk video serta terdapat musik yang kami masukan agar dapat menarik pendengar, selain itu kita pun menyiapkan kolom komentar bagi pendengar melalui Instagram serta Facebook sehingga mendapatkan pesan positif dari pendengar berupa komen dan likes, sedangkan untuk siaran Konvensional kami menyajikan konten dengan menggunakan audio seperti menyiarkan iklan- iklan produk kilen melalui website elpas serta membacakan berita yang sedang booming di media sosial lalu kami kemas dengan bahasa kita sendiri.

2. Lalu apa saja hambatan program director dalam menyiapkan konten melalui media sosial, maupun siaran konvensional ?

Kalo untuk hambatan yang dihadapi radio elpas yaitu dari segi kualitas video, kadang kalo kualitas video agak kurang bagus , pendengar kurang tertarik untuk melihatnya serta kurang tertarik untuk menglikes konten tersebut sehingga itu juga berdampak dengan kolam komentar yang sepi di media social elpas.

3. Bagaimana Program director memastikan bahwa program dan konten, Diradio tetap relevan dengan kebutuhan pendengar?

Salah satu cara nya dengan survey , jadi kita 3 bulan sekali kita melakukan evaulasi dari komenan atau masukan Bagaimana strategi program dari pendengar lalu kita evaulasi dari hasil survey kecil-kecilan tersebut, apa yang harus di ubah dan di perbaiki untuk kedepannya

4. Apa saja jenis konten yang ditayangkan?

Jadi untuk jenis konten yang berada di radio elpas cukup banyak, Karna radio elpas merupakan konten multisegmen yang memiliki konten yang bervariasi, Nah ini yang membedakan radio elpas dengan radio tetangga, contohnya dalam sebuah program yang ada di elpas meliputi Program dangdut yang memang pendengar target nya lebih ke dewasa dan orang tua sedang program K-pop kami memiliki target anak-anak serta anak muda, maka di setiap konten yang kita buat akan disesuaikan oleh program yang berada di elpas.

5. Siapa target pendengar yang menonton konten di radio elpas ?

Walaupun radio elpas merupakan radio dangdut tapi radio ini memiliki beberapa program yang kami hadir kan untuk anak muda sehingga radio elpas tidak ketinggalan jaman jadi untuk Target pendengar kami sebenarnya dari anak sampai orangtua sehingga dapat di jangkauan oleh semua khalayak.

C. Konvergensi Bisnis

1. Selain iklan, apakah ada kemintraan lain yang diharapkan sebagai sumber pendapatan radio Elpas?

Sebiasanya off air, radio selain menjadi sebuah media , kita juga sebagai organizer jadi kita menjalankan program dari klien-klien kita yang memang mempunyai program ada off air , mereka berkerja dengan kita , mau bikin program offair maka radio fungsi sebagai organize, sedangkan kalo untuk iklan kami pun bekerjasama dengan perusahaan lain seperti iklan herbal, iklan terkait dengan kedinasan serta kesehatan.

2. Apakah media social berperan penting dalam menarik kilen untuk beriklan di radio Elpas ?

Pasti ,bahwa pada saat ini media sosial itu sangatlah penting , apalagi untuk sekarang sosmed bisa sebagai jembatan kami dalam berbisnis.

3. Jika ya , media sosial apa saja yang ikut andali dalam menarik kilen untuk beriklan di radio elpas serta bagaimana prosesnya ?

Untuk media sosial yang membantu kami dalam menarik klien agar tertarik beriklan di radio elpas, contohnya klien ingin memasang iklan di radio elpas, maka kita akan menawarkan beberapa platform media sosial seperti Facebook yang memang untuk pengikutnya lumayan banyak 10 ribu followers, nah itu sebagai cara kita dalam mempromosikan produk klien ke media sosial.

4. Bagaimana hambatan dan tantangan radio elpas dalam menarik klien untuk pengiklan ?

Kalo tantangannya yang terjadi dalam menarik klien untuk beriklan biasanya Persaingan dengan media lain, terutama media digital dan media sosial yang semakin populer. Apalagi dengan adanya media-media seperti Spotify atau YouTube yang cukup banyak pengikutnya, sehingga kami harus membuat konten yang kreatif agar klien tertarik dalam menaruh iklan di kami, selain itu juga ada hambatan yang kami hadapi berupa Followers dari media sosial, dengan adanya Followers yang banyak membuktikan bahwa sebuah radio masih eksis sehingga kami pun ingin memperkuat di media sosial agar mendapatkan Followers banyak dan setiap konten yang ke posting mendapatkan likes dari para pendengar setia elpas.

D. Konvergensi Profesional

1. Apakah radio elpas menawarkan pelatihan khusus bagi program director atau karyawan lain dalam melakukan tugas lain?

Udah pasti ya, radio elpas menawarkan pelatihan melalui training-training untuk penyiar baru bahkan untuk karyawan lainnya yang memang di berikan tanggung jawab jobdeck tambahan.

2. Kalau iya, apakah program director harus memiliki keahlian multitasking?

Sudah pasti ya, kalo untuk program director selain mengawasi program-program yang ada di elpas, juga mengawasi penyiar dan memonitoring dari radio streaming secara teknis, jadi bisa di bilang banyak ya jobdeck yang dimiliki oleh program director karna lancar tidaknya sebuah program di radio tergantung dari program directornya.

3. Apa saja keahlian lain yang dimiliki program director ?

Kalo saya lebih ke teknis yang mengawasi website elpas jika terjadi kendala pada saat siaran berlangsung, jadi kalo untuk keahlian multitasking saat diperlukan sekali ya karna kita juga tidak bisa mengandalkan orang teknis radio dari luar jadi secepat mungkin kita harus gerak cepat agar siaran radio berjalan lancar.

4. Lalu apa saja hambatan program director dalam melakukan jobdeck lain?

Hambatannya kurang terlatihnya sumberdaya manusia sehingga elpas harus sering mengadakan evaluasi untuk menilai kinerja dan memberikan pelatihan, selain itu juga sumberdaya manusia dengan kinerja yang baik namun memiliki kebiasaan yang kurang baik. salah satunya adalah sikap indiscipliner pegawai. Contohnya seperti siaran yang terbengkalai kemudian tidak menjalankan tugas dengan sebagaimana mestinya. Paling yang banyak yaaa yang seperti it

Lampiran 7 Hasil Wawancara Penyiar Ripal LPPL Radio Tegar Beriman

A. Konvergensi Teknologi

1. Apakah radio tegar beriman menggunakan platform di media digital?
Iya menggunakan ya, sudah sejak beberapa tahun lalu.
2. Apa saja platform media digital selain website yang mendukung ada konvergensi Media di tegar beriman ?

Siaran radio Tegar beriman itu sudah dapat diakses pendengar lewat media streaming sejak 2016 rasanya, dan sekarang tidak lagi hanya bersiaran audio, tetapi mulai merambah ke media visual lewat youtube, dan instagram ya. Yang pasti teknologi digital saat ini, membuat radio lebih mudah diakses dan memungkinkan keterlibatan masyarakat untuk mendengarkan siaran radio secara online, bahkan sekarang juga sdh bisa di saksikan visualnya.

3. Hambatan apa saja yang dirasakan oleh radio tegar beriman dalam penggunaan platform media dan website streaming ?

Menurut sudut pandang penyiar, hambatan dalam penggunaan website streaming radio dapat menjadi tantangan yang signifikan dalam pekerjaan penyiar radio tegar beriman sehari-hari. Penyiar sering kali menghadapi kesulitan teknis yang dapat mengganggu kelancaran siaran, seperti masalah konektivitas yang menyebabkan jeda atau gangguan dalam transmisi audio dalam siaran streaming, tapi kalo untuk hambatan media sosial tidak ada masalah secara teknis.

B. Konvergensi Konten

1. Sebagai seorang penyiar, platform media apa saja yang Anda gunakan saat ini Untuk menyampaikan konten selain siaran radio streaming?
banyak ya hampir semua platform media sosial di gunakan, youtube, Instagram, fb, tik tok kadang – kadang
2. Bagaimana pengalaman penyiar dalam menyajikan konten di berbagai platform Media tersebut? Apa tantangan yang anda hadapi?

Radio menawarkan berbagai pengalaman yang asyik dan menarik apalagi dalam penyajian konten, kalau dulu kan orang hanya mendengar suara kita ya sekarang, visual sdh bisa dilihat, kita live di Instagram yang nonton dan berikan komentarnya juga sangat banyak dan lebih menjangkau ke gen z ya, Cuma tantangannya ya itu terjadi penurunan dari pendengar lama karena perubahan yang dilakukan, namun penurunan tersebut diikuti dengan pertumbuhan pendengar baru, kemudian Server website yang sering down berpengaruh pada akses dan menjadi keluhan, Belum bisa mengarahkan pendengar berusia tua / senior ya untuk menggunakan

platform digital, Campaign dan media promosi yang dirasa belum maksimal untuk mempromosikan, oh ya lainnya Sdm yang dimiliki dirasa kurang memiliki keterampilan untuk mengelola dan mengisi konten. adanya waktu tunggu dalam proses pekerjaan yang tidak tentu membuat tidak selesai tepat waktu , terus kadang – kadang chemistry dan sense of belonging yang berdampak pada keterlibatan menyeluruh dan mempengaruhi kreativitas kami sebagai penyiar .Jadi memang , perubahan yang dilakukan oleh Radio Tegar Beriman , tidak bisa semudah yang dilakukan radio swasta yang lebih memiliki kebebasan dll , Dengan adanya media social menuntun kami sebagai penyiar dalam menyajikan konten beragam di berbagai platform seperti pada siaran langsung biasanya kami membuat tapping bersama narasumber kedinasaan kabupaten bogor tujuan untuk di unggah akun intagram dan youtube dalam format video

3. Apakah ada pelatihan khusus yang diberikan oleh Radio tegar beriman untuk Membantu penyiar memproduksi dan menyajikan konten di berbagai platform media?

Ada ya , bimtek bagi penyiar radio , dengan demikian kami para penyiar dapat memahami komunikasi melalui radio, Menguasai jenis dan alat-alat siaran radio yang terbaru ya sekarang , Menguasai karakteristik pendengar radio, Dapat menggunakan dengan baik ekspresi dan intonasi saat siaran radio, Membuat iklan/adlibs dll ,editing , pokoknya kita sebagai penyiar di tuntut untuk kreatif di era digital saat ini

4. Apakah penyiar terlibat dalam proses interaksi dengan pendengar terkait Pengembangan konten di berbagai platform media?

kadang – kadang ya , ada juga pendengra yang mengusulkan di tambah kontennya , atau di perbaharui lagi dan kami dengan senang hati menerima masukan tersebut untuk pengembangan konten - konten radio ke depan ya.

5. Menurut Anda, apa dampak strategi konvergensi konten terhadap peran Dan tanggung jawab seorang penyiar?

Dampaknya positif ya , jadi penyiar semakin mudah untuk berinteraksi dengan banyak pendengar dan hal ini menambah rasa tanggung jawab penyiar untuk mengelola konten pprogramnya dengan sangat baik , Kemauan untuk mengembangkan diri secara keterampilan dan networking makin bertambah Untuk itu sebagai lembaga penyiaran publik local radio tegar beriman , kami memandang bahwa konvergensi media cukup penting secara urgensitas, salah satunya ya untuk mengatasi rasa haus masyarakat akan informasi, ditambah

dengan perubahan pola konsumsi informasi di era disrupsi dan post-truth.

C. Konvergensi Bisnis

1. Selain Iklan apakah radio kisi dan elpas mempunyai platform media lain yang Menjadi sumber pendapatan, kalo iya apa saja platform medianya?

Platform media yang menunjang pendapatan radio tegar beriman yaitu dengan cara promosi lembaga atau kedinasan kabupaten bogor melalui on air, radio ataupun off air, serta media social instagram. Ada dua kanal, untuk off air dan media sosial kalau untuk on air melalui radio streaming .

2. Apakah tantangan utama yang dihadapi radio kisi fm dalam menarik Pengiklan?

Proses produksi model bisnis yang pertama kita melakukan promosi produk-produk yang bagus, jika ada klien yang tertarik, dia akan melakukan media order atau memesan iklan pada acara itu. Untuk promosi kita melalui media sosial dan melalui on air radio. Ketika klien melakukan media order kita persiapkan, misalkan pada program talkshow kita persiapkan studio, materi dan sebagainya, setelah itu baru melakukan siaran. Jika siaran telah selesai, kita bagikan invoice atau tagihan, ketika selesai proses membayar tagihan, kita memberikan kwitansi dan bukti siaran. Pada duit itu, kita memasang tarif sesuai PNBP (Penerimaan Negara Bukan Pajak) untuk PNBP ini sudah ditentukan pemerintah, jadi kita pihak radio tegar beriman tidak bisa menentukan sendiri tarif harganya. Setelah itu, kita menyimpan nomor kontak semua klien kemudian untuk beberapa bulan ketika ada dana lagi, kita followup untuk pasang iklan lagi.

3. Apa hambatan yang di hadapin radio tegar beriman dalam menarik kilen untuk beriklan ?

Kalo untuk hambatan tidak ada ya, karna kami radio pemerintah jadi semua hal tentang promosi ataupun kerjasama di atur oleh kominfo.

D. Konvergensi Profesional

1. Apakah radio tegar beriman menyediakan pelatihan untuk membantu penyiar melakukan Jobdeks lainnya?

Selalu ya , kami juga ikut bergabung di persatuan penyiar radio seluruh Indonesia , dimana banyak rangkaian kegiatan , diskusi , pelatihan di lakukan untuk melatih penyIar sesuai dengan jobdesaknya ya dari penyiar , penulis naskah , jurnalis radionya ,

reporter, editor, programmer music, tim kreatif medsos radio dll, disamping pelatihan yang kami laksanakan di internal

2. Apakah Anda merasakan perubahan tuntutan dalam peran Anda sebagai penyiar Dengan adanya konvergensi media?

kita harus menguasai banyak hal yang berkaitan dengan kemajuan radio di era konvergensi media ini .Apalagi dengan perubahan pola konsumsi informasi masyarakat yang menyesuaikan jaman.

3. Dengan semakin banyaknya platform media yang tersedia, bagaimana penyiar Mengembangkan keterampilan untuk menjadi penyiar yang multitalenta?

Jangan lupa , brand radio itu adalah penyiar. Seorang Penyiar adalah branding dari radionya, keren atau tidaknya radio, menarik atau nggaknya radio terletak pada penyiar dan tidak sekedar pandai bicara dia harus multitalenta , dapat juga memegang jobdesk lain misalnya di radio ya dan realitanya sdh sangat banyak .

Jadi di kami ,penyoar itu dia harus memiliki announcing skill ya , yakni Kemampuan dalam berbicara dan menyampaikan berita/informasi secara jelas dan tentunya menarik untuk pendengar dengan artikulasi dan intonasi yg jelas, kemudian lainnya writing skill dia harus bisa menyajikan siaran dalam kaidah jurnalistik untuk menyusun naskah siaran. Karena Penyiar harus bisa mencari, mengumpulkan, mengolah kemudian menyebarluaskan berita kepada para pendengarnya.

Dan berikutnya harus menguasai operating Skill, yakni kemampuan penyiar mengoperasikan alat-alat siar, seperti komputer, perangkat lunak untuk pemutaran Playlist, dan kontrol audio, paling gak penyiar harus bisa menggunakannya.

Kemudian di kami para penyiar juga di latih Musical touch, yakni kemampuan seorang penyiar menata musik menjadi deretan lagu yg indah, memberi hiburan sehingga bisa menyentuh emosi para pendengar karena selera musik setiap orang berbeda dan yang terakhir harus menguasai muticam juga karna berkaitan dnegan siaran multiplatform radio ya , ini tantangannya dan terus kami persiapkan sdmnya

4. Apakah penyiar mengembangkan keterampilan baru seperti produksi video, editing Audio/video, atau pemrograman untuk mendukung peran penyiar di era digital?

Yes , sekarang rasanya itu wajib ya , walaupun sdmnya terbatas tapi kami di bantu oleh anak magang dalam produksi konten sehingga kami pun tidak susah dalam produksi konten walapun memang sumber daya manusianya terbatas

5. Bagaimana penyiar menjaga relevansi dan keunikan Anda sebagai penyiar di tengah Persaingan dengan influencer media sosial atau kreator konten digital lainnya?

Di era digital ini, penyiar radio menghadapi tantangan yang signifikan dalam mempertahankan relevansi dan keunikan mereka di tengah persaingan dengan influencer media sosial dan kreator konten digital lainnya. Untuk tetap unggul, penyiar perlu mengadopsi pendekatan multimedial yang menggabungkan keterampilan media konvensional dengan strategi digital yang inovatif. Penyiar yang beriman dapat memanfaatkan kekuatan personal branding untuk membangun identitas yang kuat dan mudah dikenali, sambil tetap mempertahankan keahlian mereka dalam berkomunikasi secara lisan dan menciptakan koneksi emosional dengan pendengar. Penyiar juga perlu mengembangkan keahlian dalam menciptakan konten multimedia yang dapat didistribusikan di berbagai platform, seperti podcast, video pendek, atau postingan media sosial, untuk memperluas jangkauan mereka. Selain itu, mereka harus terus mengasah kemampuan untuk memberikan nilai tambah melalui wawasan mendalam, analisis yang tajam, dan kemampuan storytelling yang memikat, yang mungkin sulit ditiru oleh influencer yang lebih fokus pada tren sesaat. Dengan memadukan keahlian penyiaran dengan adaptasi terhadap tren digital terkini, penyiar dapat mempertahankan posisi unik mereka sebagai suara yang dipercaya dan dihargai dalam lanskap media yang terus berevolusi.

6. Bagaimana tantangan penyiar dalam menghadapi konvergensi media di era Digitalisasi ini?

Penyiar di era digitalisasi menghadapi tantangan besar dalam menghadapi konvergensi media. Mereka harus beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi dan kebiasaan konsumsi media yang terus berevolusi. Konvergensi media mengharuskan penyiar untuk menguasai berbagai platform, dari radio tradisional hingga streaming online, podcast, dan media sosial. Mereka perlu mengembangkan kemampuan untuk menciptakan konten yang cocok untuk berbagai format dan dapat didistribusikan secara lintas platform. Penyiar juga dituntut untuk memahami analitik

data guna mengoptimalkan jangkauan dan engagement audiens. Interaktivitas menjadi kunci, sehingga penyiar harus mampu mengelola komunikasi dua arah dengan pendengar secara real-time. Di tengah persaingan dengan kreator konten independen, penyiar perlu terus mempertajam personal branding mereka. Selain itu, mereka harus tetap menjaga kredibilitas dan kualitas informasi di tengah arus informasi yang sangat cepat dan beragam.

Lampiran 1 Dokumentasi pada saat melakukan wawancara dengan narasumber Station Manager Ramdani Dani Radio KISI 93.4 FM



Tanggal : 21 Mei 2024

Keterangan : Melakukan wawancara dengan Station Manager Ramdani Dani Radio Kisi 93.4 FM

Lampiran 2 Dokumentasi pada saat melakukan wawancara dengan narasumber
Penyiar Deira Radio KISI 93.4 FM



Tanggal : 21 Mei 2024

Keterangan : Melakukan wawancara dengan Penyiar Deira Radio Kisi 93.4 FM

Lampiran 3 Dokumentasi pada saat melakukan wawancara dengan narasumber Program Director Almond Rista Radio KISI 93.4 FM



Tanggal : 21 Mei 2024

Keterangan : Melakukan wawancara dengan *Program Director* Almond Rista Radio Kisi 93.4 FM

Lampiran 4 Dokumentasi pada saat selesai melakukan wawancara dengan narasumber Station Manager Elpas FM Lidya Kurnia



Tanggal : 25 Mei 2024

Keterangan : Dokumentasi pada saat selesai melakukan wawancara dengan narasumber Station Manager Elpas FM Lidya Kurnia

Lampiran 5 Dokumentasi pada saat selesai melakukan wawancara dengan narasumber Penyar Elpas FM Aneztasya



Tanggal : 25 Mei 2024

Keterangan : Dokumentasi pada saat melakukan wawancara dengan narasumber Penyar Elpas FM Aneztasya

Lampiran 6 Dokumentasi pada saat selesai melakukan wawancara dengan narasumber Program director Elpas FM Wanda Adi Permana



Tanggal : 25 Mei 2024

Keterangan : Dokumentasi pada saat selesai melakukan wawancara dengan narasumber *Program Director* Elpas FM Wanda Adi Permana

Lampiran 7 Dokumentasi pada saat melakukan wawancara triangulasi dengan Penyiar Radio Tegar Beriman Ripal



Tanggal : 27 Mei 2024

Keterangan : Dokumentasi pada saat melakukan wawancara dengan narasumber Ripal Penyiar Radio Tegar Beriman

