

**STRATEGI KONVERGENSI RADIO SONGGOLANGIT FM DI  
TENGAH PERSAINGAN INDUSTRI PENYIARAN DI  
PONOROGO**



Oleh:

**Imasnyti Ciptanti Devi**  
**NIM. 211016082**

Pembimbing:

**Dr. Iswahyudi, M.Ag**  
**NIP. 197903072003121003**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO**  
**2020**

**ABSTRAK**

**Imasnyti Ciptanti Devi.** 2020. Strategi Konvergensi Radio Songgolangit FM di Tengah Persaingan Industri Penyiaran di Ponorogo. *Skripsi*. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing Dr. Iswahyudi, M.Ag.

**Kata Kunci: Konvergensi, Radio, Penyiaran.**

Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi, memicu persaingan yang ketat antar sebuah media untuk merebut posisinya. Salah satunya media radio. Kemunculan internet yang dianggap sebagai media baru membuat radio terus bersaing. Di era konvergensi media yang muncul saat ini, radio yang dianggap sebagai media tradisional harus dapat bertahan di tengah persaingan industri penyiaran yang semakin ketat untuk memperluas audien dan mendapatkan iklan. Hal tersebut terjadi di Radio Songgolangit FM Ponorogo yang dianggap sudah menerapkan praktik konvergensi media. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk mendeskripsikan strategi konvergensi radio Songgolangit FM di tengah persaingan industri penyiaran di Ponorogo. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dimiliki Radio Songgolangit FM kemudian menguraikan pokok bahasan yang diteliti tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka terdapat rumusan masalah. Adapun pertanyaan pertama, yaitu bagaimana konvergensi radio Songgolangit FM di tengah persaingan industri penyiaran di Ponorogo. Pertanyaan kedua yaitu bagaimana implikasi dari praktik konvergensi radio Songgolangit FM di tengah persaingan industri penyiaran di Ponorogo.

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa strategi konvergensi radio Songgolangit FM menggunakan 3M yaitu *multimedia*, *multichannel*, dan *multiplatform*. Dimana informasi tersajikan dalam berbagai format mulai dari foto, video, teks, dan audio. Sementara itu seluruh informasi tidak hanya disampaikan melalui radio siaran akan tetapi diunggah melalui sosial media dan dapat diakses melalui perangkat khalayak masing-masing. Implikasi dari praktik konvergensi radio Songgolangit terbagi dalam implikasi sosial, budaya dan ekonomi. Sehingga, dengan dampak yang ditimbulkan, radio Songgolangit FM dapat memanfaatkan era konvergensi agar tetap bisa bertahan di tengah ketatnya persaingan industri penyiaran khususnya di Ponorogo.

## LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama Saudara:

Nama : Imasnyti Ciptanti Devi  
NIM : 211016082  
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam  
Judul : Strategi Konvergensi Radio Songgolangit FM di  
Tengah Persaingan Industri Penyiaran di Ponorogo

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqosah.

Mengetahui,  
Kajur

Ponorogo, 22 April 2020

Menyetujui,  
Pembimbing



**Dr. Iswahyudi, M.Ag.**  
NIP. 197903072003121003



**Dr. Iswahyudi, M.Ag.**  
NIP. 197903072003121003

**IAIN**  
**PONOROGO**



**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

**PENGESAHAN**

Nama : Imasnyti Ciptanti Devi  
NIM : 211016082  
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul : Strategi Konvergensi Radio Songgolangit FM di Tengah  
Persaingan Industri Penyiaran di Ponorogo

Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang Munaqasyah Fakultas Ushuluddin,  
Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo secara *Online /  
Daring* (Non Tatap Muka) pada:

Hari : Kamis  
Tanggal : 14 Mei 2020

Dan telah diterima oleh tim penguji dan disahkan oleh Dekan Fakultas  
Ushuluddin, Adab dan Dakwah sebagai bagian dari persyaratan untuk  
memperoleh gelar sarjana dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam (S.Sos) pada:

Hari : Jum'at  
Tanggal : 29 Mei 2020

**Tim Penguji:**

1. Ketua Sidang : Drs. H. Agus Romdlon Saputra, M.H.I.
2. Penguji : Muchlis Daroini, M.Kom.I.
3. Sekretaris : Dr. Iswahyudi, M.Ag.

Ponorogo, 29 Mei 2020

Mengesahkan  
Dekan,

**Dr. H. Ahmad Munir, M.Ag.**

## SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda di bawah ini:

Nama : Imasnyti Ciptanti Devi  
NIM : 211016082  
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul : Strategi Konvergensi Radio Songgolangit FM di Tengah  
Persaingan Industri Penyiaran di Ponorogo

Menyatakan bahwa naskah skripsi/thesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di [etheses.iainponorogo.ac.id](http://etheses.iainponorogo.ac.id). Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 29 Mei 2020

**IAIN**  
PONOROGO



Imasnyti Ciptanti Devi

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Imasnyti Ciptanti Devi  
NIM : 211016082  
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)  
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah  
Judul : Strategi Konvergensi Radio Songgolangit FM di  
Tengah Persaingan Industri Penyiaran di Ponorogo

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri bukan merupakan pengambilan-alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan maka saya siap menerima sanksi atas perbuatan saya.

Ponorogo, 27 April 2020

Yang Membuat Pernyataan



**Imasnyti Ciptanti Devi**

**NIM 211016082**



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini, perkembangan teknologi telah membawa kemajuan dalam berbagai bidang, seperti kebutuhan informasi dan hiburan untuk masyarakat. Pesatnya kemajuan teknologi juga melahirkan media baru bernama *internet*. Media baru inilah yang saat ini menjadi pemenuhan informasi dan hiburan yang dibutuhkan oleh masyarakat. Beragam informasi mudah dinikmati yang kemudian menjelaskan dirinya sebagai *new media*. Media penyiaran yang memiliki fungsi memberikan informasi dan hiburan merasa terancam oleh perkembangan teknologi dan munculnya *new media* tersebut. Hal itu juga semakin memicu persaingan yang ketat antar sebuah media untuk merebut posisinya.

Persaingan perusahaan tersebut terjadi hampir di seluruh semua media, salah satunya adalah media radio. Radio sendiri merupakan salah satu media komunikasi massa, seperti halnya TV, koran dan majalah. Secara umum, radio memiliki karakteristik yang hampir sama dengan media lain, seperti publisitas, universalitas, kontinuitas serta aktualitas.<sup>1</sup>

Peranan radio sebagai media penyiaran tradisional harus bisa menuju media elektronik yang berteknologi modern agar terus dapat berfungsi sesuai dengan kebutuhan masyarakat, mulai dari komunikasi,

---

<sup>1</sup> Asep Syamsul M Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*, (Bandung: Nuansa, 2017), 13.



pendidikan, informasi, dan hiburan. Radio yang merupakan salah satu media penyiaran yang memiliki karakteristik akrab dan murah, hingga kini masih diminati oleh masyarakat. Bahkan radio juga bisa didengarkan secara fleksibel, yang artinya bisa dinikmati sambil mengerjakan aktivitas lain tanpa mengganggu. Oleh karena itu, radio tetap ada meskipun telah hadir media baru atau internet.<sup>2</sup>

Kemunculan internet, juga membuat media penyiaran terus bersaing memperluas audien dan mendapatkan iklan, dimana iklan merupakan sumber pendapatan bagi media penyiaran tersebut. Banyaknya pengiklan yang lebih memilih memasang di internet, website, ataupun media sosial membuat berbagai media saling berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas produksinya agar mendapat keuntungan yang sebesar-besarnya. Karenanya, media penyiaran harus merespon perubahan teknologi apabila ingin tetap bertahan di tengah masyarakat, diantaranya melalui penggabungan teknologi dengan internet, dan perluasan jaringan bagi media penyiaran lokal, terutama radio yang memiliki frekuensi terbatas. Oleh sebab itu, munculah konvergensi media.

Pada era konvergensi media saat ini, masyarakat bisa menggunakan satu perangkat untuk dua kegiatan dalam satu waktu, seperti mengakses internet dan mendengarkan radio. Selain itu, kehadiran internet ditengarai membawa perubahan dalam gaya hidup seseorang. Disini, radio bisa memanfaatkan media baru sebagai *platform* untuk lebih dekat dengan

---

<sup>2</sup> Asep Syamsul M. Romli, *Dasar-Dasar Siaran Radio : Basic Announcing*, (Bandung: Nuansa, 2009), 20

pendengarnya, selain itu juga mempermudah pendengar untuk mencari informasi mengenai radio kesukaanya. Konvergensi media dilakukan tidak semata-mata mengikuti perkembangan teknologi saja. Saling berintegrasinya media massa konvensional dengan media online, memungkinkan terjadinya perluasan cakupan dalam skala apapun. Mulai dari publikasi dan interaksi dengan pendengar pun tentu akan memiliki perbedaan. Setelah munculnya *new media*, radio bisa berubah mulai dari telepon interaktif menjadi interaksi melalui media sosial. Akibatnya, media massa menjadi lebih kuat dan beragam dalam penyajian produk kreatifitasnya kepada khalayak. Namun, juga harus bersaing untuk mempertahankan loyalitas khalayaknya. Dengan demikian, media massa harus mengikuti kemajuan teknologi informasi dengan menggabungkan media konvensional dengan *new media*. Banyaknya pengakses *new media* saat ini, dapat dimanfaatkan media penyiaran terutama radio, untuk perluasan pasar audience.<sup>3</sup>

Pesatnya perkembangan radio swasta maupun komunitas yang ada di Ponorogo menyebabkan kecemasan, sebab tingkat persaingan atau kompetisi di industri penyiaran juga semakin meningkat. Di sisi lain, Sebagai entitas bisnis, radio swasta menghadapi tantangan yang tidak ringan. Radio swasta sebagaimana industri yang lain memerlukan sumber daya lebih yang menunjang kelangsungan hidup media. Dengan sumber daya media yang terbatas, dapat dipastikan kehidupan radio swasta akan

---

<sup>3</sup>Diyah Hayu Rahmitasari, *Manajemen Media di Indonesia*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), 231.

terancam. Radio swasta, mendapatkan dana dengan mengandalkan potensi periklanan.

Sehingga hampir semua radio swasta memiliki tanggung jawab penuh ke sponsor atau pengiklan untuk memutar iklan mereka karena sudah membayar tarif pemasangan iklan. Lebih tepatnya, radio swasta merupakan lembaga penyiaran yang bersifat komersial untuk kelangsungan siarannya. Sehingga, apabila, sebuah radio tidak memanfaatkan new media dalam konvergensi media saat ini, mereka tidak akan bisa menawarkan pemasangan iklan dalam jangkauan yang lebih jauh.

Di tengah banyaknya radio yang ada di Ponorogo, radio Songgolangit FM Ponorogo adalah salah satu radio yang memanfaatkan berbagai media di era konvergensi saat ini. Untuk mengikuti perkembangan teknologi dan informasi yang ada, new media atau media online dimanfaatkan Radio Songgolangit untuk lebih menyebarkan informasinya ke khalayak. Tak hanya itu, media juga digunakan untuk perluasan pendengar hingga pemasang iklan di Radio Songgolangit FM agar lebih beragam.

Radio Songgolangit FM Ponorogo adalah salah satu radio swasta di Ponorogo yang telah berdiri sejak 13 tahun yang lalu.<sup>4</sup> Selama perjalanannya, banyak perubahan-perubahan yang telah dilakukan seperti mengganti format siaran menjadi radio berita sepenuhnya. Di frekuensi

---

<sup>4</sup><https://www.songgolangitfm.com> diakses pada 7 Januari 2020 13.00 WIB.

99.2 FM, Radio Songgolangit telah siap memberikan informasi sekaligus solusinya dari wilayah Ponorogo dan sekitarnya. Dan kini Radio Songgolangit telah menyiapkan dirinya untuk menghadapi era konvergensi media agar dapat mempertahankan khalayak di tengah ketatnya persaingan industri penyiaran khususnya di Ponorogo.

Radio adalah media penyiaran yang bersifat sekilas, dalam artian apa yang telah disampaikan oleh penyiar tidak bisa diulang.<sup>5</sup> Oleh sebab itu, agar pendengar tetap bisa menerima informasi yang telah disampaikan oleh penyiar, pada tahun 2010, Radio Songgolangit telah menggunakan media sosial *Facebook* dengan akun Songgolangit Kebanggaan Ponorogo dan terhubung dengan *Fanspage Radio Songgolangit FM* untuk menyebarkan informasi-informasinya. Karena, pada saat itu *new media* sudah merambah ke masyarakat luas, sehingga Radio Songgolangit juga memanfaatkan media online agar dapat terus diterima oleh masyarakat.

Dari *Facebook* itulah, pendengar bisa membaca ulang informasi yang telah disampaikan oleh penyiar. Di tahun 2016, seiring munculnya media online yang baru, Radio Songgolangit juga tidak ingin kalah, dengan beralih menggunakan *Instagram @radio\_songgolangit* tanpa meninggalkan *Facebook*. Dengan memiliki fungsi yang sama, yakni menyebarkan informasi-informasi yang dimiliki, dan menunjukkan aktivitas Radio Songgolangit pada saat itu. Dengan adanya internet yang dimiliki radio, dapat memperluas jangkauan siaran. Sehingga membuat radio melakukan

---

<sup>5</sup> Romli, *Basic Announcing : Dasar-Dasar Siaran Radio*, 20.

konvergensi media. Tidak berhenti sampai disitu, pada tahun 2018, Radio Songgolangit sudah mulai menggunakan *streaming* atau siaran langsung dengan mengakses *online radiobox* pada *google* untuk menjangkau pendengar yang lebih luas lagi hingga internasional.<sup>6</sup>

Pada awal tahun 2019, Radio Songgolangit juga membuat website [www.radiosonggolangit.com](http://www.radiosonggolangit.com), sehingga seluruh informasi mengenai radio dapat diakses dengan mudah di laman website yang dimiliki tersebut. Di Era milenial ini, pihaknya ingin lebih meningkatkan kualitas streaming, agar mempermudah pendengar pihaknya bekerjasama dengan IT madiun untuk membuat web mengenai streaming yang tergabung dalam situs Online Radio Box. Namun, seiring berjalannya waktu, karena situs Online Radio Box dinilai tidak mudah digunakan karena harus masuk terlebih dahulu ke laman google, pihak Radio Songgolangit bekerjasama dengan Universitas Darrusalam Gontor dengan membuat aplikasi streaming di *playstore* dengan nama Radio Songgolangit Ponorogo. Hal tersebut bertujuan untuk memudahkan pendengar agar bisa mengunduh langsung melalui *playstore* tanpa harus masuk ke pencarian *google*.

Radio songgolangit FM, termasuk dalam salah satu radio yang dikenal oleh masyarakat Ponorogo. Bahkan ada sebuah grup di media sosial WhatsApp yang beranggotakan pendengar setia Radio Songgolangit dan masih aktif hingga kini. Konvergensi media yang telah dilakukan oleh Radio Songgolangit FM, dapat membawa banyak perubahan, seperti

---

<sup>6</sup><https://www.facebook.com/Songgolangitfm/> diakses pada 7 Januari 2020 13.00 WIB.

komunikasi yang awalnya berjalan satu arah menjadi dua arah. Selain itu, dengan adanya aplikasi untuk *streaming*, dapat memperluas jangkauan pendengar hingga luar kota bahkan luar negeri. Adanya konvergensi yang telah dilakukan menawarkan setiap orang memiliki kesempatan untuk menjadi komunikator massa.<sup>7</sup> Dengan begitu, tentunya peminat Radio Songgolangit FM dapat meningkat. Tidak hanya itu, penggunaan internet, juga menguntungkan pihak marketing untuk mencari pemasang iklan yang lebih banyak lagi, agar mendapat keuntungan yang lebih besar. Karena saat ini, banyak pemasang iklan lebih tertarik memasang produknya di media sosial, dengan tujuan dapat menarik minat konsumen terhadap produk yang dimiliki. Sehingga hal tersebut dimanfaatkan Radio Songgolangit, dengan dapat memasang produk dari pengiklan melalui media sosial yang dimiliki seperti *Facebook*, *Fanspage*, dan *Instagram*.

Dalam era konvergensi media seperti ini, Radio Songgolangit FM tentunya memiliki strategi tersendiri agar dapat mempertahankan posisinya sebagai media penyiaran yang diminati dan memenuhi kebutuhan dalam berbagai bidang seperti teknologi, komunikasi, informasi, dan hiburan agar dapat bertahan di tengah ketatnya persaingan industry.

Hal tersebut membuat penulis tertarik untuk meneliti bagaimana strategi konvergensi Radio Songgolangit FM serta bagaimana dampak yang ditimbulkan dari konvergensi media pada Radio Songgolangit FM Ponorogo di tengah persaingan industri penyiaran di Ponorogo saat ini.

---

<sup>7</sup> Rahmitasari, *Manajemen Media di Indonesia*, 231.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, tulisan ini difokuskan pada strategi konvergensi Radio Songgolangit FM di tengah persaingan industri penyiaran di Ponorogo. Jika diajukan dalam bentuk pertanyaan sub masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana Konvergensi Radio Songgolangit FM di Tengah Persaingan Industri Penyiaran di Ponorogo?
2. Bagaimana Implikasi dari Praktik Konvergensi Radio Songgolangit FM di Ponorogo?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang berkenaan dengan masalah di atas adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui konvergensi media pada Radio Songgolangit FM di tengah persaingan industri.
2. Untuk mengetahui implikasi dari praktik konvergensi pada Radio Songgolangit FM di Ponorogo.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi manfaat khususnya untuk mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) sebagai wacana dalam bahan penelitian mengenai konvergensi

media dan sebagai informasi yang sewaktu-waktu dapat dikembangkan melalui diskusi atau seminar.

## 2. Manfaat praktis

Kajian penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi terhadap media untuk berinovasi dengan kemajuan teknologi yang berkembang pesat dalam kebutuhan masyarakat mengenai informasi. Selain itu, penelitian ini diharapkan sebagai sumbangan kepada masyarakat, mahasiswa, maupun pihak Radio Songgolangit FM Ponorogo untuk perkembangan pemberian informasi dan acuan pelaksanaan dalam aspek konvergensi media radio.

## E. Telaah Pustaka

*Pertama*, skripsi yang berjudul “Strategi Penyiaran Radio Songgolangit FM Ponorogo Dalam Memberikan Informasi Seputar Ponorogo Pada Program Acara Graha Warta”, karya Heri Surahmanto mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Skripsi ini mengetahui bagaimana strategi penyiaran yang digunakan oleh Radio Songgolangit FM dalam memberikan informasi di seputar Ponorogo menggunakan metode *citizen journalism* dengan konsep *aidda* yakni *attention, interest, desire, secition*, dan *action* untuk mengajak pendengar lebih aktif.<sup>8</sup>

Skripsi ini dengan penelitian peneliti memiliki kesamaan yaitu pada subjek dan lokasi penelitian, yang sama-sama membahas mengenai media pada Radio Songgolangit FM. Adapun perbedaannya terletak pada

---

<sup>8</sup> Heri Surahmanto, *Strategi Penyiaran Radio Songgolangit FM Ponorogo Dalam Memberikan Informasi Seputar Ponorogo Pada Program Acara Graha Warta*, (Ponorogo: Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2017), 5.



objek, dan waktu penelitian. Penelitian Heri Surahmanto menggunakan strategi penyiaran sebagai objek penelitian, sedangkan peneliti memilih strategi konvergensi media sebagai objek penelitian. Waktu penelitian Heri Surahmanto dilakukan di tahun 2017, sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2020.

*Kedua*, skripsi yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jasa Iklan di Perseroan Terbatas Radio Swara Ponorogo”, karya Asyar Hudaya mahasiswa STAIN Ponorogo. Skripsi ini mengetahui bagaimana akad jasa iklan di PT Radio Swara Ponorogo (Radio Songgolangit FM) ditinjau dari hukum Islam. Selain itu juga mengetahui bagaimana proses penyelesaian wanprestasi di radio tersebut.<sup>9</sup>

Skripsi ini dengan penelitian peneliti memiliki kesamaan yaitu pada subjek dan lokasi penelitian. Adapun subjek dan lokasi penelitian yakni pada media Radio Songgolangit FM Ponorogo yang dimiliki PT Radio Swara Ponorogo. Adapun perbedaannya, Asyar Hudaya memilih tinjauan hukum Islam untuk mengetahui akad jasa iklan di Radio Songgolangit FM. Sedangkan peneliti memilih strategi konvergensi media yang dilakukan Radio Songgolangit FM agar tetap bertahan di tengah persaingan industri. Sementara itu, waktu penelitian Asyar Hudaya dilakukan pada tahun 2016, sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2020.

---

<sup>9</sup> Asyar Hudaya, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jasa Iklan di Perseroan Terbatas Radio Swara Ponorogo*, (Ponorogo: STAIN Ponorogo, 2016), 11.

*Ketiga*, skripsi yang berjudul “Konvergensi Media Radio Republik Indonesia (RRI) di Bandung”, karya Bayu Nurullah, mahasiswa Universitas Pasundan. Skripsi ini mengetahui bagaimana praktik konvergensi kontinum di Radio Republik Indonesia yang ada di Bandung. Dalam konvergensi kontinum yang meliputi lima tahapan yaitu *Cross Promotion, Content Sharing, Competition, dan Full Convergence*.<sup>10</sup>

Skripsi ini dengan penelitian peneliti memiliki kesamaan yaitu sama-sama membahas konvergensi media. Adapun perbedaannya, terletak pada subjek, lokasi, dan waktu. Penelitian Bayu Nurullah memilih Radio Republik Indonesia dengan membahas motif serta tindakan konvergensi media, sedangkan penelitian ini memilih Radio Songgolangit FM sebagai subjeknya. Mengenai waktu dan lokasi penelitian Bayu Nurullah dilakukan di Bandung pada tahun 2019. Sementara penelitian ini dilakukan di Ponorogo pada tahun 2020.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yang bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian jenis deskriptif yaitu penelitian yang dimaksud untuk menuturkan pemecahan masalah

---

<sup>10</sup> Bayu Nurullah, *Konvergensi Media Radio Republik Indonesia (RRI) di Bandung*, (Pasundan: Universitas Pasundan, 2019), 8.

yang ada berdasarkan data-data seperti menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi.<sup>11</sup>

Pendekatan kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian dan kemudian ditarik suatu kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan-kenyataan tersebut. Peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif karena peneliti ingin mendeskripsikan hasil penelitian dengan menggunakan kata-kata tertulis dan mendeskripsikan hasil wawancara dari objek penelitian.<sup>12</sup> Dalam penelitian ini peneliti mendeskripsikan tentang strategi konvergensi media pada Radio Songgolangit FM di tengah persaingan industri penyiaran.

## **2. Lokasi penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Radio Songgolangit FM Ponorogo, yang berlatarkan di Jl. Halim Perdana Kusuma, Nomor 12, Tonatan, Ponorogo, Jawa Timur.

## **3. Data dan Sumber Data**

---

<sup>11</sup> Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Peneltiain*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), 44.

<sup>12</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2010), 215.

Data adalah hasil yang diperoleh langsung dari objek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari melalui informan yang terlibat.<sup>13</sup> Data penelitian ini adalah konvergensi media yang dilakukan oleh radio songgolangit FM untuk bisa bertahan dalam persaingan industri penyiaran khususnya di Ponorogo.

Sedangkan untuk sumber data penulis mengadakan pendekatan dengan melaksanakan wawancara terhadap sumber yang terkait tersebut. Pada penelitian ini, adapun rincian sumber data yang penulis susun adalah sebagai berikut :

a. Sumber Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang memuat data utama yakni data yang diperoleh secara langsung di lapangan. Dalam penelitian ini, sumber data primer diperoleh dari narasumber atau informan. Posisi narasumber sebagai sumber data penelitian sangat penting perannya sebagai individu yang memiliki informasi.

Pada penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah Crew Radio Songgolangit FM Ponorogo (Announcer dan Marketing) serta dari Client (Pemasang Iklan) dan Pendengar Radio Songgolangit FM.

b. Sumber Data Sekunder

---

<sup>13</sup> Burhan Bungin, *Metodologi penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2005), 132.

Sumber data sekunder merupakan sumber data tambahan yang diambil tidak secara langsung di lapangan, melainkan dari sumber yang sudah dibuat orang lain. Data sekunder diperoleh dari hasil penelitian seseorang sebelumnya, seperti dokumen, buku, jurnal, skripsi, dan lain-lain. Dalam penelitian ini, sumber data sekunder diperoleh dari dokumen atau arsip yang dimiliki oleh Radio Songgolangit FM.<sup>14</sup>

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, untuk mengumpulkan data, penulis menggunakan metode, yaitu:

##### a. Observasi

Observasi ialah metode atau cara-cara menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu atau kelompok secara langsung.<sup>15</sup> Metode ini untuk mengetahui sesuatu yang sedang terjadi atau yang sedang dilakukan dengan pengamatan secara langsung agar peneliti mendapatkan gambaran yang lebih luas terhadap permasalahan yang diteliti.<sup>16</sup>

Observasi yang dilakukan peneliti untuk melihat secara langsung bagaimana strategi dalam hal penerapan konvergensi media di tengah persaingan industri penyiaran, sekaligus dampak

---

<sup>14</sup> *Ibid.*, 110.

<sup>15</sup> Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), 93.

<sup>16</sup> Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 21.

dari strategi konvergensi Radio Songgolangit FM dengan dilakukan observasi langsung di kantor Radio Songgolangit FM.

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan yang telah disusun terlebih dahulu agar lebih efektif dan terarah untuk disampaikan kepada narasumber, selanjutnya peneliti mencatat atau merekam jawaban-jawaban narasumber. Wawancara dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung dengan sumber data.<sup>17</sup> Data yang diperoleh berupa persepsi, pendapat, perasaan, dan pengetahuan.

Dalam wawancara penelitian ini, yang menjadi narasumber atau informan adalah Crew dari Radio Songgolangit FM Ponorogo, Client atau Pemasang Iklan, dan Pendengar Radio Songgolangit.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah Teknik pengumpulan data bahan tertulis seperti buku, arsip, atau laporan-laporan untuk mencari informasi yang diperlukan.<sup>18</sup> Dokumen berupa material yang tertulis dan tersimpan. Ada juga dokumen yang berupa audiovisual.<sup>19</sup>

Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data yang bersifat dokumen, seperti struktur organisasi Radio Songgolangit

---

<sup>17</sup> Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2011), 173.

<sup>18</sup> Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif*, 21.

<sup>19</sup> J. R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*, (Jakarta: PT Grasindo, 2010), 111.

FM Ponorogo dan lain-lain yang dapat melengkapi data yang diperlukan. Dokumentasi juga digunakan untuk mengumpulkan dokumen berupa foto dan video yang berkaitan dengan konvergensi media.

## **5. Teknik Pengolahan Data**

Dalam penelitian ini, setelah data terkumpul peneliti melakukan proses pengolahan data. Pengolahan data dilakukan dengan menafsirkan data, yakni memberikan arti atau makna terhadap catatan lapangan, transkrip wawancara dan komentar peneliti.

## **6. Teknik Analisa Data**

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Analisis data ini dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas hingga datanya sudah jenuh.<sup>20</sup>

Adapun analisis data yang dilakukan oleh peneliti melalui tiga tahapan, yaitu:<sup>21</sup>

### **a. Reduksi Data**

Reduksi data adalah proses mengolah data dari lapangan yang penting-penting sesuai dengan fokus masalah penelitian. Reduksi data berarti merangkum, memilih hal yang pokok,

---

<sup>20</sup> Sugeng Puji Leksono, *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Malang: Kelompok Intrans Publishing, 2016), 152.

<sup>21</sup>Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Tindakan*, (Bandung: Refika Aditama, 2014), 218-219.

memfokuskan pada hal yang penting, dicari pola dan temanya. Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian melalui penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.

b. Penyajian Data

Penyajian data berarti menyajikan data dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dsb. Penyajian data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah bersifat naratif. Penyajian data ini sangat penting dan menentukan bagi langkah selanjutnya yaitu penarikan kesimpulan karena dapat memudahkan upaya pemaparan dan penegasan kesimpulan.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Kesimpulan dalam penelitian dapat menjawab rumusan masalah, karena rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan berkembang setelah peneliti berada di lapangan. Kesimpulan penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang disajikan berupa deskripsi atau gambaran yang awalnya belum jelas menjadi jelas dan dapat berupa hubungan kausal atau interaktif dan hipotesis/teori. Penarikan kesimpulan dan verifikasi dilakukan setelah dari lapangan. Kesimpulan harus diverifikasi selama penelitian masih berlangsung.

**7. Pengecekan Keabsahan Data**



Pemeriksaan keabsahan data pada penelitian ini dilakukan dengan beberapa teknik pemeriksaan, antara lain sebagai berikut:<sup>22</sup>

a. Perpanjangan Keikutsertaan

Peneliti dalam penelitian kualitatif adalah instrumen itu sendiri. Keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data dan tidak hanya dilakukan dalam waktu singkat, tetapi memerlukan waktu perpanjangan keikutsertaan pada latar penelitian. Perpanjangan keikutsertaan berarti peneliti tinggal di lokasi penelitian sampai mencapai kejenuhan dalam pengumpulan data tercapai. Hal ini dilakukan peneliti lantaran:

- 1) Peneliti dengan perpanjangan keikutsertaannya akan banyak mempelajari kebudayaan, dapat menguji ketidakbenaran informasi yang diperkenalkan oleh distorsi, baik yang berasal dari diri peneliti sendiri maupun dari informan.
- 2) Perpanjangan keikutsertaan dimaksudkan untuk membangun kepercayaan pada subjek terhadap peneliti dan juga kepercayaan diri peneliti sendiri.

b. Ketekunan atau Keajegan Pengamatan

Keajegan pengamatan berarti mencari secara konsisten interpretasi dengan berbagai cara dalam kaitan dengan proses analisis yang konstan atau tentatif. Ketekunan pengamatan bermaksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi

---

<sup>22</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), 327-330.

yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci. Dengan kata lain, apabila perpanjangan keikutsertaan menyediakan lingkup, ketekunan pengamatan menyediakan kedalaman.<sup>23</sup>

c. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

## G. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini, peneliti membagi sistematika pembahasan menjadi lima bab. Semua bab tersebut saling berhubungan dan mendukung satu sama lain. Gambaran atas masing-masing bab tersebut adalah sebagai berikut:

**BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi gambaran umum untuk memberi pola pemikiran bagi keseluruhan penelitian yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab ini merupakan paparan teori tentang media radio, konvergensi media, dan teori konvergensi Henry Jenkins.

---

<sup>23</sup> M. Djunaidi Ghony dan Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), 321.

**BAB III : TEMUAN PENELITIAN**

Pada bab ini mendeskripsikan mengenai gambaran Radio Songgolangit FM, dan bagaimana gambaran umum konvergensi media khususnya di Radio Songgolangit FM Ponorogo,

**BAB IV : PEMBAHASAN**

Pada bab ini merupakan analisis dari data yang berisi tahapan strategi konvergensi Radio Songgolangit FM Ponorogo, serta implikasi dari konvergensi Radio Songgolangit FM Ponorogo.

**BAB V : PENUTUP**

Pada bab ini bertujuan untuk mempermudah para pembaca dalam mengambil intisari hasil penelitian. Bab ini membahas mengenai kesimpulan dan saran-saran yang berhubungan dengan penelitian.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Strategi Media Massa

Komunikasi massa yang menggunakan media massa untuk bertukar informasi saat ini tengah dimanfaatkan oleh publik. Pertumbuhan industri media massa di Indonesia ditandai dengan beberapa hal, seperti kebutuhan masyarakat akan informasi, sehingga publik sering memburu teknologi baru yang memudahkan untuk mengakses dan memproduksi sebuah informasi.<sup>1</sup> Perkembangan teknologi saat ini juga sangat mempengaruhi peran media massa, kebebasan media massa dan dukungan dari teknologi tersebut dapat menghadirkan dua kondisi, satu sisi akses informasi yang semakin mudah untuk masyarakat akan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk ikut serta dalam penyelenggaraan pemerintahan yang pada akhirnya akan menciptakan kondisi yang demokratis, namun di sisi lainnya adalah kebebasan yang dimaksud tidak diiringi dengan tanggung jawab akan menimbulkan kebebasan yang tidak terarah.<sup>2</sup>

Media massa merupakan bagian dari komunikasi massa yang memegang posisi penting dalam percepatan menyampaikan informasi terkini kepada masyarakat. Media massa sebagai penyalur informasi memiliki peran untuk mengawasi atau mencari informasi, mengembangkan

---

<sup>1</sup>Supadiyanto, *Pengantar Jurnalisme Konvergentif*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press: Yogyakarta, 2020), 186.

<sup>2</sup> Dedi Kusuma Habibi, "Dwifungsi Media Massa", *Ilmu Komunikasi*, 2 (2017), 79.

konsep diri, sebagai fasilitas dalam hubungan sosial, dan sebagai bagian dari kehidupan rutin atau ritualisasi.<sup>3</sup> Perkembangan industri media massa berlangsung cepat dan menyebabkan media massa tidak lagi sebagai institusi yang ideal dalam menyampaikan informasi yang akurat dan berimbang. Media massa juga menjelma berubah menjadi institusi kapitalisasi ekonomi bagi pengusaha media.

Namun, keberadaan media massa sebagai penyalur informasi tidak bisa dimanfaatkan sebagai pemicu perubahan terhadap masyarakat tanpa strategi komunikasi massa yang tepat agar informasi-informasi diterima dan dimanfaatkan oleh publik. Pengguna media massa harus memiliki kualitas konten dan konteks yang tepat.

Banyaknya media massa yang berkembang, tentunya memunculkan strategi tersendiri dari perusahaan media massa. Perkembangan media massa sangat dipengaruhi oleh kemajuan ilmu dan teknologi. Media massa terutama radio yang hanya dapat dinikmati audionya saja merupakan salah satu bentuk media massa konvensional yang masih bertahan hingga sekarang. Media radio dituntut harus dapat bertahan ditengah persaingan industri media lainnya agar dapat tetap tegak berdiri dan menarik minat pendengarnya. Persaingan yang semakin ketat, membuat pemasaran media massa juga harus dilakukan secara meluas, tidak hanya divisi marketing saja, namun setiap lapisan perusahaan media massa juga perlu terjun langsung dalam memasarkan produknya.

---

<sup>3</sup> *Ibid.*

Agar mampu bertahan dalam persaingan, perusahaan media massa perlu memerhatikan adanya langkah-langkah pemasaran, yakni :<sup>4</sup>

1. Segmentasi khalayak, dilakukan dengan membagi khalayak menjadi beberapa kelompok yang memiliki karakteristik, perilaku, maupun kebutuhan yang berbeda-beda.
2. Penargetan khalayak, pemilihan beberapa segmen pasar.
3. Positioning khalayak, dilakukan dengan persaingan produk dan menciptakan campuran pemasaran yang lebih detail.

Sebuah media massa juga harus mengikuti perkembangan internet, karena apabila tidak memanfaatkan maka sebuah media konvensional akan tergerus oleh perubahan. Seluruh kabar tersebar dengan sangat mudah dan cepat dengan adanya koneksi jaringan yang terhubung dengan internet. Sehingga perusahaan seluruh media massa bukan semata-mata memunculkan audio dan visualnya saja, melainkan juga mengelola layanan portal online yang bisa dimanfaatkan untuk komunikasi dua arah meski berjauhan. Dengan begitu, perusahaan media harus berkeja keras karena tuntutan konvergensi media semakin besar.

## **B. Konvergensi Media**

---

<sup>4</sup> Supadiyanto, *Pengantar Jurnalisme Konvergen*, 187.

## 1. Pengertian dan Perkembangan Konvergensi Media

Konvergensi media adalah penggabungan atau pengitegrasian media-media yang ada untuk digunakan dan diarahkan kedalam satu titik tujuan. Penyatuan berbagai layanan dan teknologi komunikasi serta informasi melalui internet. Ekspresi pada media massa populer menjadikan pemahaman yang lebih mudah tentang konvergensi bagi konsumen pada umumnya tidak hanya kepada kegiatan industri komputasi, telekomunikasi, dan penyiaran untuk memasuki pasar masa depan. Konvergensi dipahami pula sebagai menyatunya layanan 4C yaitu *communication, computer, contents, dan community*.<sup>5</sup>

Sejak 1990-an istilah konvergensi sering umum dipakai dalam perkembangan teknologi digital, integrasi teks, angka, bayangan, dan suara-suara yang berbeda dalam media. Pada tahun 1970, kata konvergensi digunakan dengan merujuk pada banyak hal isinya, sebagai suatu interaksi computer dan perangkat telekomunikasi. Sehingga sempat muncul istilah yang kurang tepat yaitu "*Compunications*" yang merupakan deskripsi yang lebih dahulu muncul.<sup>6</sup>

Istilah konvergensi digunakan untuk bersatunya industri media dan telekomunikasi. Konvergensi pada umumnya berarti persimpangan media lama dan baru. Henry Jenkins menyatakan bahwa konvergensi adalah aliran konten di platform beberapa media.

---

<sup>5</sup> Danrivanto Budhijanto, *Hukum Telekomunikasi, Penyiaran, dan Teknologi Informasi : Regulasi dan Konvergensi*, (Bandung: Refika Aditama, 2013), 269.

<sup>6</sup> *Ibid.*, 270.

Konvergensi media tidak hanya pergeseran teknologi atau proses teknologi, namun juga termasuk pergeseran dalam paradigma industri, budaya, dan sosial yang mendorong konsumen untuk mencari informasi baru. Gerakan konvergensi media tumbuh secara khusus dari munculnya internet dan digitalisasi.<sup>7</sup>

Konvergensi media bukan saja memperkaya informasi yang disajikan, melainkan juga memberi pilihan kepada khalayak untuk memilih informasi yang sesuai dengan selera mereka baik yang bersifat visual, audio, data dan sebagainya.

Memasuki tahun 2000, perkembangan teknologi Informasi (TI) mulai merambah ke Indonesia sehingga tren TI pun muncul. TI telah menghadirkan media baru dalam penyebaran informasi, yaitu media digital.<sup>8</sup> Konvergensi media yang mengusung konsep penyatuan berbagai layanan informasi dalam satu piranti informasi membuat informasi berkembang dengan sangat cepat dan tanpa ada batas yang bisa menghalangi individu terkena terpaan arus informasi tersebut (*exposure*). Media konvensional, bukan tidak mungkin akan mati di masa mendatang, ketika semua orang berbondong-bondong untuk memilih media digital yang lebih efisien untuk mendapatkan informasi, secara otomatis segala macam bentuk periklanan juga akan beralih ke media digital karena tuntutan dari konsumen tersebut.

---

<sup>7</sup> [https://id.wikipedia.org/wiki/Konvergensi\\_media](https://id.wikipedia.org/wiki/Konvergensi_media) diakses pada 5 Januari 14.25 WIB.

<sup>8</sup> *Ibid.*



Konvergensi mengubah hubungan antara teknologi, industri, pasar, gaya hidup dan khalayak. Konvergensi memberikan kesempatan baru kepada publik untuk memperluas pilihan akses media sesuai selera mereka. Dari sisi ekonomi media, konvergensi berarti peluang-peluang profesi baru di dunia industri komunikasi.

## 2. Strategi Konvergensi Media

Konvergensi media yang menuntut perubahan system pada perusahaan media massa memunculkan cara untuk beradaptasi. Yakni dengan menggunakan strategi media konvergensi. Kekuatan konten dalam media massa harus diperkuat dengan strategi 3M dalam mengembangkan bisnis. 3M ini sekaligus menjadi unsur-unsur dari konvergensi Media. Strategi ini berpengaruh pada proses pembuatan produk atau konten pada media massa dan pada khalayak. 3M ini antara lain:

- a. *Multimedia*. Sebuah media membuat dan menyediakan informasi dalam berbagai format teks, foto, animasi, audio, atau video. Dengan penguatan multimedia ini, khalayak akan semakin tertarik dan kebutuhan akan informasinya semakin terpenuhi.
- b. *Multichannel*. Menggunakan berbagai metode dan kanal distribusi informasi, baik melalui fisik maupun digital. Misalnya, selain mendengarkan siaran radio untuk mendapatkan informasi, khalayak dapat mengakses internet untuk mendapatkan informasi

yang sama. Hal tersebut didukung dengan banyaknya media yang untuk mengkonsumsi sebuah informasi.

- c. *Multiplatform*. Menggunakan berbagai macam perangkat untuk mengakses informasi, seperti smartphone, televisi, Youtube, Facebook, dan sebagainya. Sehingga multiplatform ini memiliki keleluasan bagi khalayak untuk memilih perangkat yang dimilikinya untuk mengakses informasi.<sup>9</sup>

### 3. Dimensi Konvergensi Media

- a. *Ownership Convergence*. Konvergensi ini mengacu pada kepemilikan perusahaan media besar atas beberapa jenis media. Misalnya, sebuah perusahaan media yang menjadi induk dari media cetak, media online, dan media penyiaran.
- b. *Tactical convergence*. Konvergensi ini merupakan bentuk trik atau cara kerja sama dengan melakukan promosi silang serta pertukaran informasi yang diperoleh dari media-media yang berkonvergen atau bekerja sama. Misalnya, liputan khusus sebuah surat kabar dipromosikan di televisi atau sebaliknya, program khusus televisi diiklankan di surat kabar dan online.
- c. *Structural convergence*. Konvergensi ini membutuhkan *redesign* pembagian kerja dan strukturisasi organisasi di tiap media yang sudah menjadi bagian dari konvergensi. Struktur organisasi dan

---

<sup>9</sup>Deby Rizky Susilo, *Pengaruh Konvergensi Media Massa Terhadap Kepuasan Pelanggan Lampungpost.id*, (Lampung: Universitas Lampung, 2019), 27-28.

*job description* yang sudah mengimplementasikan konvergensi ditata ulang dan disesuaikan dengan kebutuhan konvergensi.

- d. *Information gathering convergence*. Jenis konvergensi ini terjadi ketika para jurnalis yang disebut sebagai *backpack journalist* atau jurnalis yang memiliki keterampilan bekerja di lebih satu jenis media diharapkan dapat mengumpulkan data, mengolah dan menyajikan data dalam berbagai *platform*. Dengan kata lain, jurnalis wajib melaporkan hasil liputannya ke dalam *platform* yang berbeda. Bisa ke *platform* cetak, televise maupun *online*.
- e. *Storytelling convergence*. Bentuk konvergensi ini menuntut keterampilan jurnalis dalam mengemas berita sesuai dengan segmen pasar media yang bersangkutan dan dilengkapi dengan foto, video, maupun grafis.<sup>10</sup>

#### 4. Teori Konvergensi Media

Ahli teori media yang bernama Henry Jenkins berpendapat bahwa konvergensi bukanlah hasil akhir namun sebuah proses yang mengubah bagaimana media diproduksi dan dikonsumsi. Teori konvergensi media yang diteliti oleh Henry Jenkins pada tahun 2006, menyatakan bahwa konvergensi media merupakan proses yang terjadi sesuai dengan perkembangan budaya masyarakat.

Penelitian Jenkins telah difokuskan pada konsep "Konvergensi Media", berargumen bahwa teknologi-sederhana berfokus tentang

---

<sup>10</sup> [https://id.wikipedia.org/wiki/Konvergensi\\_media](https://id.wikipedia.org/wiki/Konvergensi_media) diakses pada 5 Januari 14.25 WIB.

bagaimana individu dalam kontemporer budaya sendiri memasuki dan menggabungkan banyak sumber-sumber media yang berbeda menawarkan pemahaman yang jauh lebih kaya hubungan antara bentuk media yang berbeda.<sup>11</sup>

Menurut Jenkins, terdapat lima proses yang mengubah media diproduksi dan dikonsumsi, yaitu:

a. **Konvergensi ekonomi.**

Terjadi ketika sebuah perusahaan mengontrol beberapa produk atau layanan dalam industri yang sama.

b. **Konvergensi sosial.**

Terjadi ketika seseorang mengakses media konvensional secara daring dan pada saat yang sama melakukan komunikasi online berupa bertukar pesan teks dengan teman sekaligus juga mendengarkan musik.

c. **Konvergensi teknologi.**

Menyatunya berbagai teknologi yakni ketika satu atau lebih media yang berbeda ditransformasikan ke dalam bentuk digital.

d. **Konvergensi budaya.**

Terjadi ketika berbagai kisah mengalir ke berbagai macam bentuk media adalah satu komponen. Misalnya, sebuah novel yang menjadi serial televisi seperti *Band of Brothers*.

e. **Konvergensi global.**

---

<sup>11</sup> [https://id.wikipedia.org/wiki/Henry\\_Jenkins](https://id.wikipedia.org/wiki/Henry_Jenkins) diakses pada 5 Januari 2020 13.36 WIB.

Proses pengaruh budaya yang berjarak jauh secara geografis terhadap budaya lainnya.<sup>12</sup>

## C. Konvergensi Radio

### 1. Pengertian dan Sejarah Singkat Radio

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara).<sup>13</sup>

Sejarah radio diawali dengan penemuan-penemuan di bidang fisika pada Abad XIX M. ada sejumlah nama yang bisa dikatakan sebagai pelaku sejarah radio. Mereka yang secara langsung ataupun tidak langsung menjadi “founding fathers” atau bapak-bapak pendiri atau penemu radio ini antara lain Michael Faraday, James Clerk Maxwell, Heinrich Hertz, Guglielmo Marconi, Nikola Tesla, David Sarnoff, Lee De Forest, Frank Conrad, dan Edwin Howard Armstrong.<sup>14</sup>

Sejarah penemuan radio dimulai di Inggris dan Amerika Serikat. Donald Mc. Nicol dalam bukunya *Radio's Conquest of Space*

---

<sup>12</sup> *Ibid.*

<sup>13</sup> Asep Syamsul M. Romli, *Basic Announcing : Dasar-Dasar Siaran Radio*, (Bandung: Nuansa, 2009), 12.

<sup>14</sup> *Ibid.*, 12-16.

menyatakan bahwa terkalahkannya ruang angkasa oleh radio dimulai tahun 1802 oleh Dane, yaitu ditemukannya suatu pesan dalam jarak pendek dengan menggunakan alat sederhana berupa kawat beraliran listrik. Penemuan berikutnya adalah oleh tiga orang cendekiawan muda, yakni James Maxwell yang dijuluki *Scientific father of wireless*, karena berhasil menemukan rumus-rumus yang diduga mewujudkan gelombang elektromagnetik yakni gelombang yang digunakan radio dan televisi yang merambat pada kecepatan cahaya.

Barulah pada tahun 1912 Edwin Howard Amstrong menemukan penguat gelombang radio disebut Iradio amplifier. Alat ini bekerja dengan cara menangkap sinyal elektromagnetik dari transmisi radio dan memberikan sinyal balik dari tabung. Suara yang ditangkap juga jauh lebih kuat sehingga bisa didengar langsung tanpa menggunakan earphone. Penemuan ini kemudian menjadi sangat penting dalam sistem komunikasi radio karena jauh lebih efisien dibandingkan alat terdahulu. Meskipun demikian hak paten atas amplifier jatuh ke tangan Dr. Lee De Forest.<sup>15</sup>

Penggunaan radio sebagai alat atau media komunikasi massa pada awalnya diperkenalkan oleh David Sarnoff pada tahun 1915. Selanjutnya Le De Forrest melalui eksperimen siaran radionya, yang telah menyiarkan kampanye pemilihan presiden Amerika Serikat pada tahun 1916, sehingga ia dikenal sebagai pelopor penyiaran radio.

---

<sup>15</sup>*Ibid.*

Awalnya sinyal pada siaran radio ditransmisikan melalui gelombang data yang kontinu baik melalui modulasi amplitudo (AM), maupun modulasi frekuensi (FM). Metode pengiriman sinyal seperti ini disebut analog. Selanjutnya, seiring perkembangan teknologi ditemukanlah internet, dan sinyal digital yang kemudian mengubah cara transmisi sinyal radio.<sup>16</sup>

Sampai pada Awal Kemerdekaan RI, radio siaran masih dikuasai oleh Jepang hingga ketika Bung Karno dan Bung Hatta memproklamasikan kemerdekaan Indonesia berita ini tidak dapat disiarkan secara langsung melalui radio siaran. Akan tetapi akhirnya berita Proklamasi Kemerdekaan Indonesia dapat dikumandangkan di udara melalui radio siaran *station call* “Radio Indonesia Merdeka”. Radio pertama yang berdiri dan menjadi milik Indonesia setelah kemerdekaan adalah Radio Republik Indonesia, yang didirikan pada 11 September 1945. Sampai akhir tahun 1966, RRI menjadi satu-satunya radio siaran di Indonesia yang dikuasai dan dimiliki oleh pemerintah.<sup>17</sup>

Pada masa awal Orde Baru, sekitar 1966-1968, radio siaran swasta mulai tumbuh di Indonesia yang keberadaannya mengikuti berbagai ketentuan yang telah ditetapkan oleh Pemerintah. Adapun payung hukum bagi keberadaan radio siaran swasta nasional Indonesia mengacu pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 55

---

<sup>16</sup> Ardianto Elvinaro, *Komunikasi Massa*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 1986), 117-119.

<sup>17</sup>*Ibid.*

Tahun 1970 tentang Radio Siaran Non Pemerintah. Dikutip dari laman radio PRSSNI disebutkan bahwa dalam PP tersebut diatur mengenai fungsi, hak, kewajiban, dan tanggung jawab radio siaran, syarat penyelenggaraan, perizinan, dan pengawasannya.<sup>18</sup>

Pada tanggal 16–17 Desember 1974, diselenggarakan Kongres Pertama Radio Siaran Swasta se-Indonesia di Jakarta yang dihadiri oleh perwakilan dari 173 radio siaran swasta dari 34 kota di 12 provinsi yang ada di Indonesia. Kongres tersebut menghasilkan keputusan dibentuknya sebuah organisasi bagi radio siaran swasta di Indonesia yang dinamakan Persatuan Radio Siaran Swasta Niaga Indonesia atau PRSSNI. Kemudian pada tahun 1983 diselenggarakan Munas ke IV PRSSNI di Bandung dan menghasilkan keputusan penggantian istilah “Niaga” dengan “Nasional”. Sehingga PRSSNI menjadi Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia.<sup>19</sup>

## **2. Radio Lama dan Radio Baru**

Radio siaran merupakan salah satu bentuk dari komunikasi massa. Melalui radio siaran suatu komunikasi yang akan disampaikan oleh komunikator kepada khalayak banyak dapat berlangsung dalam waktu yang singkat dan komunikasi akan menerima komunikasi secara bersamaan walaupun di tempat yang berbeda dan terpencar.

---

<sup>18</sup> Herley Prayuda, *Radio Suatu Pengantar Untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*, (Jakarta: Bayu Media, 2000), 23-25.

<sup>19</sup>*Ibid.*



Radio dipandang sebagai *the fifth state* (Kekuatan kelima) setelah Lembaga eksekutif (pemerintah, legislative (parlemen), yudikatif (Lembaga peradilan), dan pers atau surat kabar. Hal itu antara lain karena radio memiliki kekuatan langsung, tidak mengenal jarak dan rintangan, dan memiliki daya tarik tersendiri.<sup>20</sup>

Meskipun tergolong media tradisional, namun radio memiliki keunggulan sehingga dapat terus bertahan. Keunggulan radio antara lain:

- a. Cepat dan langsung. Radio merupakan media atau saluran komunikasi tercepat. Sebagai contoh, hanya dengan melalui telepon reporter radio bisa secara langsung menyampaikan berita atau melaporkan peristiwa yang ada di lapangan.
- b. Akrab. Radio sangat akrab dan dekat. Karena penyiar berbicara dengan gaya seolah-olah bercakap-cakap dengan teman dekatnya.
- c. Personal. Radio bisa menjadi teman karena mampu menyentuh pribadi pendengar. Pembicaraannya langsung menyentuh aspek pribadi.
- d. Hangat. Paduan kata-kata informal, musik dan efek suara dalam siaran radio mampu mempengaruhi emosi pendengar.
- e. Sederhana. Radio tidak rumit, tidak banyak pernik-pernik untuk pendengar maupun pengelolanya.

---

<sup>20</sup>Romli, *Basic Announcing: Dasar-Dasar Siaran Radio*, 17.

- f. Tanpa batas. Jangkauan wilayah siaran radio luas dan mampu menembus batas-batas geografis, demografis, SARA, dan kelas sosial.
- g. Murah. Dibandingkan media massa lain, radio adalah media yang paling murah. Pendengar tidak dipungut biaya sepeser pun untuk mendengarkan radio.
- h. Fleksibel. Siaran radio bisa didengarkan sambil melakukan hal lain atau tanpa mengganggu aktivitas yang lain. Selain itu juga mudah dibawa kemana saja.<sup>21</sup>

Namun, dengan banyaknya keunggulan yang dimiliki radio, media massa konvensional ini juga memiliki kekurangan bagi khalayak, diantaranya :

- a. Selintas, *At Once*. Dapat diakses cepat dan seketika, selain itu juga mudah hilang serta mudah dilupakan. Pendengar tidak bisa mengulang apa yang dikatakan oleh penyiar.
- b. Global. Sajian informasi radio bersifat global dan tidak mendetail. Seperti halnya angka-angka akan dibulatkan, untuk mempermudah pembacaan penyiar.
- c. Batasan waktu. Waktu siaran radio relative terbatas. Selama 24 jam, radio hanya beroperasi selama kurang lebih 18 jam atau lebih, meskipun ada yang selama 24 jam.

---

<sup>21</sup>*Ibid.*, 19-20.

- d. Linier. Program disajikan dan dinikmati pendengar berdasarkan urutan yang sudah ada, tidak bisa meloncat-loncat.
- e. Mengandung gangguan. Radio bisa timbul gangguan seperti timbul-tenggelam (*fading*) dan gangguan teknis “*chanel noise factor*”.
- f. Lokal. Radio bersifat lokal, hanya bisa didengarkan di daerah yang ada frekuensinya.<sup>22</sup>

Radio perlu bertransformasi untuk mengeruk pasar baru dan bertahan dari derasnya arus perkembangan teknologi, agar keunggulan radio semakin berkembang pula dan beberapa kelemahan bisa diatasi. Awalnya, sebelum berkembangnya era digitalisasi, sebuah media massa khususnya radio hanya bisa dinikmati oleh pendengar yang berada satu wilayah dengan radio tersebut. Karena sebuah radio ada pembatasan untuk jangkauan pendengar. Sehingga orang yang berada dengan jarak cukup jauh tidak bisa mengaksesnya. Saat ini, radio perlu beradaptasi sesuai perkembangan zaman.

Dengan memanfaatkan media baru, merupakan langkah agar radio tetap tegak berdiri, bisa menjadi medium baru untuk menambah jangkauan pendengar radio yang tidak hanya fokus pada siaran udara (*on air*) tetapi juga konten digital. Media baru terus berubah dan berkembang seiring berjalannya waktu. Salah satu perkembangan media baru yang pesat adalah pada saat terjadinya digitalisasi.

---

<sup>22</sup>*Ibid.*, 21.

Kemunculan internet sangat berperan dalam hubungan digitalisasi dengan media baru. Internet merupakan medium yang mampu mengkonvergensi seluruh karakteristik media dari bentuk-bentuk yang terdahulu, yang berfokus pada proses komunikasi. Bila dikaitkan dengan perkembangan media baru, kemunculan internet berperan dalam melahirkan media *online* yang sempat *booming*.<sup>23</sup>

Internet pada dasarnya bukan pesaing radio, namun radio bisa memanfaatkan internet untuk merubah bentuk lain menjadi radio streaming, atau video streaming dan mengembangkan konten di berbagai media. Selain itu, inovasi konten menjadi strategi untuk mempertahankan pendengar radio masa kini. Tidak hanya bagi pendengar saja, namun para konsumen pemasang iklan juga turut bisa merasakan inovasi baru dengan memanfaatkan media sosial. Dengan begitu, radio pun bisa di dengarkan kapan saja dan dimana saja dengan memanfaatkan jaringan internet melalui gadget, yang dinamakan *via streaming*. Pendengarpun bisa memilih edisi mana yang akan didengarkan. Sehingga, sebuah radio yang merupakan media massa tradisional bisa terus mendapatkan tempat bagi pendengarnya, karena bisa mengikuti tuntutan konvergensi media.

### 3. Tantangan Radio

Seiring perkembangan zaman, tentunya perkembangan teknologi yang digunakan untuk menghadapi era konvergensi harus

---

<sup>23</sup>Septiawan Santana Kurnia, *Jurnalisme Kontemporer*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005), 16.

semakin pesat. Di era konvergensi media saat ini, tantangan radio semakin kuat. Radio harus bisa berinovasi mengikuti perkembangan zaman, agar bisa merangkul pasar yang lebih luas. Era konvergensi membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan informasinya. Tantangan demi tantangan pada era konvergensi pun semakin banyak. Munculnya era konvergensi berkaitan dengan pesatnya media baru atau internet dengan penggunaan gadget.<sup>24</sup>

Fenomena melejitnya internet dan era konvergensi media dapat dikatakan sebagai salah satu budaya populer di kalangan masyarakat Indonesia, sebab masyarakat kini mulai mengandalkan internet sebagai salah satu sumber penerimaan informasi yang utama, menggeser posisi dari radio. Radio yang merupakan media massa konvensional dianggap sudah jauh ketinggalan dibandingkan dengan media yang lainnya dan seiring perkembangan teknologi, radio memiliki berbagai perubahan. Media konvensional seperti radio berubah menjadi media konvergensi. Hal tersebut lah yang membuat radio memiliki tantangan untuk bersaing dengan media massa lain. Sementara itu, khalayak atau publik merupakan faktor perubahan tantangan-tantangan yang dihadapi oleh radio karena khalayak akan memilih radio yang sesuai kebutuhan mereka.<sup>25</sup>

Di sisi lain, perkembangan internet saat ini juga menjadi tantangan besar bagi radio. Banyaknya masyarakat yang memilih

---

<sup>24</sup>Supadiyanto, *Pengantar Jurnalisme Konvergen*, 182-183.

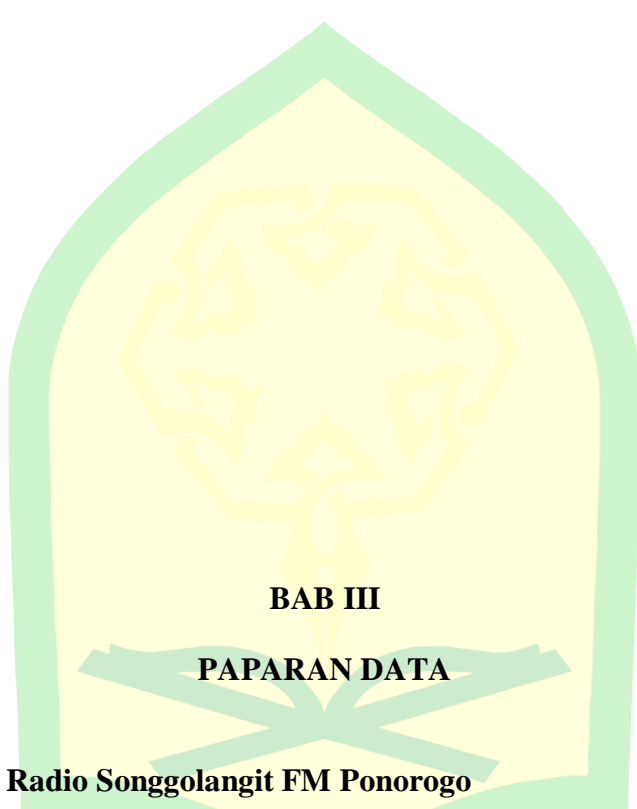
<sup>25</sup><https://meisyanc.wordpress.com/2016/06/06/tantangan-radio-di-indonesia/>, diakses pada 21 Februari 2020, pukul 16.34 WIB.

menggunakan internet karena dianggap lebih mudah mengakses apapun tidak hanya audionya saja melainkan juga audio visual. Tantangan radio yang lain, juga ada pada masalah biaya, dimana banyak radio yang memiliki program bagus namun, karena tidak ada biaya maka program tidak terealisasi. Tak hanya itu, persaingan dengan radio lain yang memanfaatkan jaringan internet atau disebut radio streaming juga menjadi tantangan tersendiri bagi radio. Tidak sampai cukup disini, sulitnya mendapat pengiklan juga dikeluhkan oleh beberapa radio. Banyak pengiklan yang lebih memilih memasang di media konvensional lain seperti televisi dan koran, agar produknya dapat dilihat. Sehingga, radio harus benar-benar bisa memanfaatkan era konvergensi dengan penggunaan teknologi internet agar dapat merangkul seluruh pendengar dan pasar.<sup>26</sup>

Melihat banyaknya tantangan radio saat ini, perlu adanya strategi untuk bisa terus mempertahankan eksistensi radio sebagai media massa dan media komunikasi masyarakat di tengah konvergensi media. Strategi yang perlu dilakukan juga berasal dari faktor internal bagaimana sebuah komitmen dan kerjasama yang baik dalam tim untuk membuat program-program radio sangat berpengaruh terhadap kinerja dan kualitas radio. Mengelola radio yang akan datang akan menjadi tantangan yang lebih besar bagi industri radio di Indonesia. Perlu adanya Inovasi yang kreatif di tengah konvergensi media.

---

<sup>26</sup> C. Suprapti Dwi Takariani, "Eksistensi Media Lokal di Era Konvergensi", *Ilmu Komunikasi*, 1 (2013), 27-28.



### **BAB III**

#### **PAPARAN DATA**

##### **A. Sejarah Radio Songgolangit FM Ponorogo**

Radio Songgolangit FM Ponorogo pertama kali mengudara pada 14 Desember 2007 di frekuensi 98.8 FM. Namun sebelum beralih menjadi radio swasta, Berawal dari radio penyiaran milik publik atau Radio Penyiaran Khusus Daerah (RKPD). Mulai di tahun 2004, beralih menjadi milik swasta dengan mengurus Surat Izin Mendirikan Bangunan (IMB) dan mulai beroperasi di tahun 2007.<sup>27</sup>

Radio Songgolangit FM dibentuk oleh para komisaris, yaitu Soewarto sebagai direktur, Muryanto, Najib Susilo, Sherly Pradipta, Agus

---

<sup>27</sup> Dokumentasi Radio Songgolangit FM

Budi Santoso, Ilham Hidayat, dan David Arief Setiawan. Hingga saat ini, Radio Songgolangit FM Ponorogo berdiri di atas tanah milik Pemerintah Daerah Kabupaten Ponorogo.<sup>28</sup>

Awalnya, Soewarto yang seorang EO (Event Organizer) sudah lama mengenal dunia radio. Ia memiliki keinginan kuat untuk mendirikan radio agar bermanfaat untuk orang lain. Mulai dari agama, ekonomi, pendidikan, dan sosial. Soewarto ingin mencoba mendekatkan jarak, menyampaikan informasi-informasi yang bermanfaat untuk khalayak. Dengan memegang prinsip, jika ingin menguasai dunia maka kuasailah komunikasi itu, Soewarto bisa mendirikan Radio Songgolangit. Tak hanya untuk komunikasi, dengan berdirinya Radio Songgolangit, Soewarto berharap dapat membuka lapangan pekerjaan, dan bisa menghidupkan ekonomi orang lain.<sup>29</sup>

Pemilihan nama Radio Songgolangit terinspirasi dari sebuah cerita Dewi Songgolangit Ponorogo yang diperebutkan karena memiliki paras yang cantik, pintar, sopan. Sehingga harapannya, Radio Songgolangit juga bisa menjadi idola bagi masyarakat kebanggaan Ponorogo, seperti slogan yang dimilikinya "*Radio Songgolangit, Informasi, dan Solusi Kebanggaan Ponorogo*". Radio Songgolangit, awalnya berada di frekuensi 98.9 Mhz, namun ternyata frekuensi tersebut ada yang ingin menempati. Karena tidak

---

<sup>28</sup> *Ibid.*

<sup>29</sup> Soewarto, wawancara, Senin, 23 Maret 2020, pukul 14.29.



diperbolehkan 1 kanal 2 radio, maka dari balmon menyarankan di Frekuensi 99.2 MHz hingga sekarang.<sup>30</sup>

. Pada awalnya, konten atau program Radio Songgolangit cukup banyak, mulai dari Hiburan, Musik (Pop, Dangdut, dan Tembang Kenangan), berbagai konten disajikan dengan Bahasa Indonesia dan Bahasa Jawa. Yang mana dalam artian, seluruh konten ditembak Radio Songgolangit FM dan mengarah ke semua kalangan. Berjalannya waktu, dengan perkembangan zaman yang cukup pesat, Radio Songgolangit dituntut harus tetap bertahan dan eksis agar tetap berada di hati masyarakat. Agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang haus akan informasi, pada tahun 2016 hingga sekarang Radio Songgolangit beralih program menjadi Full News dengan pembawaan semi-formal.

## **B. Profil Radio Songgolangit FM Ponorogo**

Radio Songgolangit FM adalah salah satu radio di Ponorogo, yang memberikan segmentasi untuk usia remaja hingga dewasa dengan memberikan informasi yang bersifat edukatif dan informatif bagi khalayak. Radio Songgolangit FM menjadi media penampung informasi dan solusi bagi masyarakat Ponorogo dan sekitarnya. Dengan beralihnya program News, Radio Songgolangit dapat memberikan sajian kepada khalayak yang haus akan informasi yang teraktual dan terfaktual saat ini.<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> *Ibid.*

<sup>31</sup> Soewarto, wawancara, Senin, 23 Maret 2020, pukul 14.29.

Radio songgolangit didukung oleh crew yang professional yang kreatif, dan berbakat pada bidangnya, sehingga Radio Songgolangit tetap eksis melalu program On Air dan Off Air yang dimiliki, dan selalu mendapat tempat di hati khalayak. Tak cukup sampai disitu, salah satu media yang memiliki program *Full News* tersebut mampu memberikan informasi mulai dari pendidikan, hiburan, sosial, dan ekonomi, serta dapat menjadi media promosi bagi pengusaha di seluruh lini masyarakat.

### **1. Data Umum Radio Songgolangit FM**

Nama Badan Hukum : PT. Radio Swara Ponorogo  
Nama Stasiun : Radio Songgolangit FM  
Alamat Kantor/Studio : Jl. Halim Perdana Kusuma, No.  
12, Tonatan, Ponorogo  
Telp/Fax : 0352-463100  
Direktur : Soewarto  
Wakil Direktur : Setyo Budiono  
General Manager : Mirda Naurinisya  
Program Manager : Anita Rahma  
Marketing Manager : Mirda Naurinisya  
Kepenyiaran & GK : Lulu Aziza  
Coverage Area : Ponorogo, Madiun (Mlilir & Dolopo),  
Magetan  
Tagline : Informasi dan Solusi Kebanggaan  
Ponorogo

E-mail : [songgolangitfm@yahoo.co.id](mailto:songgolangitfm@yahoo.co.id)  
 Facebook : Songgolangit Kebanggaan Ponorogo  
 Fanspage : Radio Songgolangit FM  
 Instagram : @radio\_songgolangitfm  
 Website : [www.songgolangitfm.com](http://www.songgolangitfm.com)<sup>32</sup>

## 2. Logo Radio Songgolangit FM



## 3. Data Teknik Radio Songgolangit FM

Frekuensi : 99.2 Mhz  
 Pemancar : RVR type VJ. 3000  
 Nomor seri pemancar : 247003  
 Tahun : 2003  
 Daya : Maksimum yang diijinkan Pemerintah<sup>33</sup>

## 4. Estimasi Data Pendengar

a. Secara Demografis

Klasifikasi	Keterangan	Presentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	50%

<sup>32</sup>Dokumen Radio Songgolangit FM

<sup>33</sup>Dokumen Radio Songgolangit FM

	Perempuan	50%
b. S e c Usia <sup>a</sup> r a	<5 tahun	5%
	20-24 tahun	12%
	24-29 tahun	13%
	30-34 tahun	22%
	35-39 tahun	23%
	40-50 tahun	5%
	>50 tahun	5%
	P s i k Pekerjaan o g r a f	PNS/TNI/POLRI
Pegawai Swasta		20%
Wiraswasta		20%
Pensiunan		5%
Pelajar		5%
Mahasiswa		5%
Ibu Rumah Tangga		20%
Tidak Bekerja		5% <sup>34</sup>

is

Radio Songgolangit FM berada dan berkembang dengan gaya hidup yang mengarah pada tumbuhnya konsumerisme dan kedewasaan masyarakat. Porsi terbesar khalayak yang berusia produktif dimana membutuhkan informasi beserta dengan

<sup>34</sup>Dokumen Radio Songgolangit FM

solusinya. Menysar khalayak yang selalu mengikuti perkembangan zaman dan penggunaan teknologi yang semakin pesat.

## 5. Program Radio Songolangit FM

Sebagai media yang memberikan informasi kepada masyarakat, Radio Songolangit FM memiliki program-program andalan, yaitu :

### a. Program Harian

Nama Program	Jam Tayang	Deskripsi Program
Graha Warta	06.00 – 21.00 WIB	Program ini berisi informas-informasi terbaru, actual, dan factual yang didapat dari tim jurnalis maupun dari <i>Citizen Journalism</i> . Dalam program ini tidak hanya informasi saja, melainkan ada solusi yang diberikan. Sehingga program yang tayang setiap hari selama 15 jam nonstop ini, menampung berbagai

		macam informasi mulai dari suatu kejadian, keluhan, saran dan kritik melalui pesan WhatsApp, Facebook (Fanspage), SMS, telepon, dan media sosial lainnya.
Pawitandirogo (Songgolangit Hari Ini)	16.00 WIB	Program ini hanya menyajikan informasi-informasi yang ada di wilayah eks Karesidenan Madiun (Pacitan, Ngawi, Magetan, Madiun, dan Ponorogo)
Pesona Music	21.00 – 24.00 WIB	Program ini menyajikan lagu-lagu kenangan pada masa lalu yang berjaya di era 70, 80, dan 90. <sup>35</sup>

b. Program Mingguan

<b>Nama Program</b>	<b>Jam Tayang</b>	<b>Deskripsi Program</b>
Talkshow	10.00 – 11.00	Program ini menyajikan

<sup>35</sup>Dokumen Radio Songgolangit FM

<p><b>“Bincang-Bincang Songgolangit”</b></p>	<p>WIB</p>	<p>talkshow yang dikemas secara santai. Talkshow ini Bersama Satuan kerja di Ponorogo keseluruhan Dinas Kabupaten Ponorogo, Kepolisian, Lembaga, serta pengusaha-pengusaha kota Ponorogo yang menyampaikan program-programnya terutama mengulas info mengenai agenda kota Ponorogo dengan tujuan memberikan informasi dan motivasi kepada masyarakat Ponorogo.<sup>36</sup></p>
--	------------	---

c. Program Sisipan

<p><b>Nama Program</b></p>	<p><b>Jam Tayang</b></p>	<p><b>Deskripsi Program</b></p>
<p>Hadis Shahih Pendek</p>	<p>Setiap setelah time signal</p>	<p>Program ini disajikan di sela-sela siaran, dengan</p>

<sup>36</sup>Dokumen Radio Songgolangit FM

		tujuan memberikan konten keagamaan untuk khalayak
Tips Sehat	06.00 – 08.00 WIB	Program ini disajikan setiap pagi, untuk memberikan tips-tips sehat bagi pendengar.
Guyonan	Disela-sela jam siar	Program ini menyajikan berbagai macam guyonan selama 30 detik hingga 90 detik, agar pendengar tidak bosan dengan berbagai informasi yang disampaikan
News Flash	Setiap satu jam sekali	Program ini menyajikan info expres lokal dan Nasional teraktual, yang baru saja diperoleh reporter Radio Songgolangit Fm dan disajikan dalam bentuk headline news. <sup>37</sup>

### C. Konvergensi Radio Songgolangit FM

<sup>37</sup>Dokumen Radio Songgolangit FM



Era konvergensi media saat ini, masyarakat bisa menggunakan satu perangkat untuk dua kegiatan dalam satu waktu, seperti mengakses internet dan mendengarkan radio. Disini, radio bisa memanfaatkan media baru sebagai *platform* untuk lebih dekat dengan pendengarnya, selain itu juga mempermudah pendengar untuk mencari informasi mengenai radio kesukaanya. Saling berintegrasinya media massa konvensional dengan media online, memungkinkan terjadinya perluasan cakupan dalam skala apapun. Mulai dari publikasi dan interaksi dengan pendengar pun tentu akan memiliki perbedaan dan bisa mendapatkan *feedback* secara langsung dalam artian komunikasi berjalan secara dua arah. Setelah munculnya *new media*, radio bisa berubah mulai dari telepon interaktif menjadi interaksi melalui media sosial. Akibatnya, media massa menjadi lebih kuat dan beragam dalam penyajian produk kreatifitasnya kepada khalayak. Namun, juga harus bersaing untuk mempertahankan loyalitas khalayaknya. Dengan demikian, media massa harus mengikuti kemajuan teknologi informasi dengan menggabungkan media konvensional dengan *new media*. Banyaknya pengakses *new media* saat ini, dapat dimanfaatkan media penyiaran terutama radio, untuk perluasan pasar audien.<sup>38</sup>

Era konvergensi media ini sudah diterapkan di Radio Songgolangit FM dengan melakukan berbagai upaya agar terus mendapatkan tempat di hati khalayak serta bisa terus bersaing dalam

---

<sup>38</sup>Diyah Hayu Rahmitasari, *Manajemen Media di Indonesia*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), 231.

ketatnya industri penyiaran. Seperti yang disampaikan oleh Setyo Budiono, selaku Wakil Direktur Radio Songgolangit FM:

“Pertama, memang harus sering melihat kondisi di lapangan, seperti apa kemauan pendengar. Kedua, perlu inovasi tertentu bagaimana proses penyiaran ini dapat diterima masyarakat. Inovasi yang dimaksud adalah dengan perubahan-perubahan yang sudah diterapkan di Radio Songgolangit FM. Pada 3 tahun yang lalu program-program Songgolangit hanya hiburan, dengan berkembangnya waktu masyarakat lebih membutuhkan informasi, sehingga salah satu hal upaya inovasi agar tetap berada di hati masyarakat dengan merubah format siaran menjadi berita atau *news*, tanpa mengesampingkan hiburan. Radio Songgolangit FM mengambil usia produktif paling tidak yang sudah bekerja, karena hal tersebut juga berkaitan dengan materi. Hal demikian pendapatan iklan juga dipengaruhi oleh usia yang produktif.”<sup>39</sup>

Pesatnya perkembangan informasi dan teknologi yang ada saat ini, membuat Radio Songgolangit FM mau tidak mau harus mengikutinya. Agar pendengar tetap bisa menerima informasi yang telah disampaikan oleh penyiar, pada tahun 2010, Radio Songgolangit telah menggunakan media sosial *Facebook* dengan akun Songgolangit Kebanggaan Ponorogo dan terhubung dengan *Fanspage Radio Songgolangit FM* untuk menyebarkan informasi-informasinya. Dari *Facebook* itulah, pendengar bisa membaca ulang informasi yang telah disampaikan oleh penyiar. Di tahun 2016, seiring munculnya media online yang baru, Radio Songgolangit juga tidak ingin kalah, dengan beralih menggunakan *Instagram @radio\_songgolangit* tanpa meninggalkan *Facebook*. Dengan memiliki fungsi yang sama, yakni menyebarkan informasi-informasi yang dimiliki, dan menunjukkan aktivitas Radio Songgolangit pada saat itu.

---

<sup>39</sup>Setyo Budiono, wawancara, Minggu, 12 April 2020, pukul 20.06.

Tidak berhenti sampai disitu, pada tahun 2018, Radio Songgolangit sudah mulai menggunakan *streaming* atau siaran langsung dengan mengakses *online radiobox* pada *google* untuk menjangkau pendengar yang lebih luas lagi hingga internasional.<sup>40</sup>

Pada awal tahun 2019, Radio Songgolangit juga membuat website [www.radiosonggolangit.com](http://www.radiosonggolangit.com), sehingga seluruh informasi mengenai radio dapat diakses dengan mudah di laman website yang dimiliki tersebut. Di Era milenial ini, pihaknya ingin lebih meningkatkan kualitas streaming, agar mempermudah pendengar pihaknya bekerjasama dengan IT madiun untuk membuat web mengenai streaming yang tergabung dalam situs Online Radio Box. Namun, seiring berjalannya waktu, karena situs Online Radio Box dinilai tidak mudah digunakan karena harus masuk terlebih dahulu ke laman google, pihak Radio Songgolangit bekerjasama dengan Universitas Darrusalam Gontor dengan membuat aplikasi streaming di *playstore* dengan nama Radio Songgolangit Ponorogo. Hal tersebut bertujuan untuk memudahkan pendengar agar bisa mengunduh langsung melalui *playstore* tanpa harus masuk ke pencarian *google*. Hal tersebutlah yang menjadi landasan kebijakan oleh Radio Songgolangit agar memanfaatkan *platform* yang ada seiring pesatnya kemajuan teknologi. Seperti yang disampaikan oleh Setyo Budiono, Wakil Direktur Radio Songgolangit FM:

“Melihat perkembangan saat ini, penggabungan dua jenis media massa yang berbeda memang harus dilakukan khususnya untuk

---

<sup>40</sup><https://www.facebook.com/Songgolangitfm/> diakses pada 7 Januari 2020 13.00 WIB.

radio kami. Yang kami inginkan dengan adanya konvergensi ini, yang awalnya radio hanya terbatas untuk gelombangnya, dengan adanya konvergensi yang sudah kita terapkan mulai dari *Facebook, Fanspage, Instagram, Website, Radio Streaming*, masyarakat bisa menjangkau kami meskipun waktu dan tempatnya berbeda. Sehingga kerjasama tim dan komunikasi yang baik juga sangat dibutuhkan, meskipun keterbatasan crew yang kami miliki, sehingga mengharuskan 1 crew bisa mengurus beberapa bagian. Seluruh crew ataupun manajemen harus bisa mengelola, mengawasi, mengontrol, serta mengevaluasi penerapan konvergensi di radio kami. Dengan keterbatasan crew yang kami miliki, pemanfaatan konvergensi tetap berjalan, kami pun juga bekerjasama dengan salah satu perusahaan IT, kami barter iklan selain itu kami juga bekerjasama dengan UNIDA untuk pembuatan streaming. Dan kini siaran kami dapat diunduh di *playstore* dengan mudah. Semua itu kami lakukan agar apa yang dibutuhkan masyarakat bisa tersampaikan. Bahkan, kami juga mencoba mengamati media-media lain sebagai pembelajaran”<sup>41</sup>

Konvergensi media menjadikan Radio Songgolangit harus bisa mengemas informasi-informasi yang disampaikan dengan berbagai variasi agar apa yang telah disampaikan dapat dilihat, dibaca, dan didengar oleh khalayak. Dengan adanya media massa yang digunakan, implementasi 3M (*Multimedia, Multichannel, dan Multiplatform*) yang merupakan unsur dari konvergensi media mulai diterapkan di Radio Songgolangit FM. Radio Songgolangit berkomitmen untuk menjadi media yang menampung informasi informasi yang pertama bagi khalayak khususnya Ponorogo. Karena, 3M ini memberikan pengaruh besar bagi perkembangan Radio Songgolangit FM ditengah ketatnya industri penyiaran yang ada di Ponorogo. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh Setyo Budiono Wakil Direktur Songgolangit FM:

---

<sup>41</sup>Setyo Budiono, wawancara, Minggu, 12 April 2020, pukul 20.06.

“Saya meminta seluruh crew khususnya Jurnalis, Penyiar, Marketing untuk menerapkan multimedia dalam artian seluruh informasi yang disampaikan harus ada foto atau video, meskipun basic kami ini audio. Dengan adanya foto atau video bahkan tulisan, informasi yang kita sampaikan ini bisa dilihat, dibaca, dan didengar oleh khalayak, sehingga kami punya bukti dalam penyampaian informasi. Setelah informasi kami dapat dalam berbagai format, baru diunggah di media sosial yang kami miliki. Dan agar khalayak bisa menerima informasi yang kami sampaikan bisa mengakses di media sosial kami dengan Handphone atau mungkin laptop, computer yang dimiliki. Apalagi Handphone, pasti kemana-mana orang bawa gadget itu, banyak sekarang yang tidak mau ribet, butuh informasi yang cepat, kemudahan akses, dan sebagainya. Dengan begini, seluruh informasi atau berita yang kami sampaikan bisa diakses dimanapun, dan kapanpun.”<sup>42</sup>

Kebijakan-kebijakan yang diberlakukan oleh atasan Radio Songgolangit FM terkait penerapan konvergensi tentu menjadi tantangan tersendiri bagi seluruh crew terutama Penyiar. Dimana penyiar harus bisa menyampaikan informasi-informasi dengan berbagai format untuk memperluas pasar audiennya. Implementasi 3M terus diterapkan untuk mempermudah penyampaian informasi agar bisa diterima oleh khalayak. Apalagi penggunaan sosial media yang saat ini sudah mulai menjamur semakin mempermudah mengakses informasi yang disampaikan penyiar baik lewat audio maupun online. Meskipun ada beberapa perbedaan dalam menyampaikan informasi dalam bentuk siaran radio (audio) dan melalui media online, namun tidak menjadi kendala bagi penyiar. Dengan adanya konvergensi juga mempermudah penyiar untuk menyampaikan dan mendapatkan informasi dari *netizen*, karena komunikasi bisa berjalan dua

---

<sup>42</sup>Setyo Budiono, wawancara, Minggu, 12 April 2020, pukul 20.06.

arah. Seperti yang disampaikan oleh Lulu Aziza Penanggung Jawab Kepenyiaran dan GateKeeper Radio Songgolangit FM:

“Dengan adanya konvergensi ini sebenarnya sangat memudahkan, dalam siaran mulai dari penyiar, Gatekeeper, dan bahkan pendengar. Bagi penyiar dengan adanya konvergensi lebih mudah, misalkan ada Facebook, WhatsApp, atau media sosial yang lain apabila digabungkan pasti akan mengembangkan informasi yang akan disampaikan kepada pendengar. Dengan adanya konvergensi pendengar menjadi percaya akan informasi yang kita sampaikan lewat audio, karena mereka bisa melihat sendiri di sosial media. Gatekeeper juga demikian, misalkan ada penelpon, tidak hanya informasi lisan, pasti ada foto pendukungnya. Walaupun kita memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan informasi, tetapi pasti ada perbedaannya dengan bahasa siaran, kami lebih sering menggunakan bahasa tutur yang lebih luwes agar sampai pendengar bisa mengerti, sehingga kami dan pendengar seperti mengobrol biasa dan sebisa mungkin memberikan bayangan dan gambaran yang jelas, karena sifat radio *theater of mind*. Berbeda di media sosial yang lebih detail sesuai kaidah jurnalistik dan sudah disertakan foto, sehingga khalayak bisa melihat, membaca dan membayangkan sendiri dari apa yang mereka akses di media sosial, tidak sampai disitu jikalau di media sosial khalayak bisa langsung berkomentar”<sup>43</sup>

Dengan penguatan berbagai format untuk menyampaikan informasi, audiens akan semakin tertarik dan percaya dengan informasi yang disampaikan Radio Songgolangit FM. Sehingga kebutuhan akan informasi semakin terpenuhi karena dengan sekali buka, maka sejumlah format informasi akan tersajikan. Dengan demikian, penyampaian konten tak lagi hanya terbatas melalui media-media tradisional yang sudah kita kenal sejak beberapa dekade terakhir. Selain menyiapkan infrastruktur teknologi, Radio Songgolangit juga harus mengubah budaya siaran, yang awalnya hanya disampaikan melalui radio saja harus disampaikan melalui

---

<sup>43</sup>Lulu Aziza, wawancara, Kamis, 16 April 2020, pukul 11.29.

media online juga. Hal tersebut bukan tanpa alasan, tentunya agar khalayak bisa terus menikmati segala informasi yang disampaikan.

Industri media, khususnya radio yang hanya bisa didengarkan sekilas harus melakukan perubahan-perubahan jika tidak ingin terpinggirkan. Salah satunya agar tetap eksis harus mampu memanfaatkan *new media* agar radio tidak hanya sekedar suara saja. Sehingga dengan begitu, radio yang merupakan media tradisional tidak perlu khawatir selama mampu memanfaatkan berbagai macam media – media baru agar tetap bertahan. Seperti yang disampaikan oleh Lulu Aziza Penanggungjawab Kepenyiaran dan Gatekeeper Songgolangit FM:

“Untuk berita-berita yang masuk, keseluruhannya disampaikan penyiar dan juga diunggah di media sosial. Karena kalau radio sifatnya kan hanya sekilas, ketika kita menyiarkan informasi pada saat itu, belum tentu orang lain juga mendengar, dan untuk disiarkan ulang juga tidak bisa. Sehingga agar pendengar bisa menyimak informasi yang telah disampaikan oleh penyiar, maka untuk mengantisipasi kita juga mengunggah di media sosial. Apalagi di media sosial seluruh masyarakat bisa mengakses, dan bisa langsung menyampaikan saran, kritik, atau komentar lain, sehingga komentar-komentar yang sifatnya membangun bisa kita bacakan lagi sebagai bahan informasi. Karena keterbatasan SDM kami sendiri, sebenarnya berita yang kami dapat dalam bentuk foto, tulisan, audio dan video. Hanya saja jika dalam bentuk video masih jarang, karena harus masuk tahap edit yang mana berbeda dengan mengedit format yang lain.”<sup>44</sup>

Sebagai media, radio Songgolangit FM tidak hanya berada di sebatas audio saja. Isi beritanya tersebar di Facebook, Fanspage, Instagram, dan Website, karena dunia online berkembang dengan sangat cepat. Mulai dari koneksi maupun alatnya. Khalayak bisa mengakses dengan cepat melalui *gadget* atau perangkat yang dimilikinya mulai dari

---

<sup>44</sup>Lulu Aziza, wawancara, Kamis, 16 April 2020, pukul 11.29.

Android, iPad, PC, maupun Laptop. Agar tidak berhenti sampai disitu saja, memang dibutuhkan sinergitas seluruh crew. Salah satu upaya yang dilakukan dengan mengadakan promosi kepemilikan media sosial agar masyarakat luas bisa mengakses. Dan bisa berkontribusi positif bagi pemberitaan khususnya di Ponorogo. Seperti yang disampaikan oleh Lulu Aziza Penanggungjawab Kepenyiaran dan Gatekeeper Radio Songgolangit FM:

“Ketika siaran, dari awal selalu promosi menyampaikan bahwa jika mereka ingin membaca ulang berita yang disampaikan bisa mengakses sosial media, dan itu tidak hanya di awal, tapi kami sampaikan secara berulang-ulang. Tujuan agar mereka bisa mengetahui kebenaran informasi yang kita sampaikan, selain itu juga agar songgolangit bisa diterima kaum millennial yang notabene saat ini lebih bermain media sosial. Sehingga apa yang kita sampaikan bisa diakses melalui Android, iPad, iPhone, PC, dan Laptop. Dan kami sendiri juga yakin, bahwa *gadget* semacam itu tidak hanya anak muda saja, tetapi juga seluruh usia”<sup>45</sup>

Dengan promosi yang setiap saat dilakukan, serta segala upaya untuk penerapan konvergensi ini, Radio songgolangit lebih dikenal di kalangan masyarakat luas bahkan hingga luar negeri. Tak berhenti sampai disitu, banyaknya pengikut dan pengakses media sosial juga semakin mempermudah penyiar untuk mendapatkan informasi karena komunikasi berjalan dua arah, sehingga *feedback* bisa langsung diterima. Seperti yang disampaikan oleh Lulu Aziza Penanggungjawab Kepenyiaran dan Gatekeeper Radio Songgolangit FM:

“Pengaruhnya sangat besar dan sangat membantu serta mempermudah, dalam artian memperkuat berita yang disampaikan penyiar. Karena sebenarnya konvergensi ini adalah satu kesatuan

---

<sup>45</sup>Lulu Aziza, wawancara, Kamis, 16 April 2020, pukul 11.29.



yang utuh, yang mana saat ini kalau tidak memanfaatkan konvergensi pasti radio kami juga akan ketinggalan khususnya dalam hal pemberitaan atau penyampaian informasi. Bahkan respon pendengar sangat antusias dan terbantu, apalagi ada beberapa pendengar yang sedang berada di negeri, sementara dengan adanya konvergensi mereka bisa memantau informasi melalui streaming.”<sup>46</sup>

Dengan berkembangnya internet, tidak hanya berguna bagi penyiar dalam menyampaikan berita saja, tetapi juga sebagai pilihan pengiklan untuk mempromosikan produknya di media yang dimiliki Radio Songolangit FM. Hal tersebut tentunya memiliki keuntungan tersendiri bagi pihak marketing dalam mendapatkan klien atau pengiklan. Dalam strategi mencari pengiklan, konvergensi sangat dibutuhkan untuk menawarkan produk yang dimiliki. Segala bentuk penawaran juga diterapkan oleh pihak marketing. Sehingga iklan tidak hanya dalam bentuk *spot* (iklan siar) atau *adlib* (iklan baca) saja, tetapi juga dapat diunggah ke media sosial. Dengan begitu lebih banyak yang melihat produk pengiklan. Seperti yang disampaikan Mirda Naurinisya Manajer Marketing Songolangit FM:

“Sebenarnya dengan adanya konvergensi ini, kami sebagai marketing dalam mencari iklan juga sangat mudah, karena jaman sekarang pastinya banyak orang yang memilih sesuatu yang mudah dan cepat diakses orang. Tetapi dari pihak kita lebih menggunakan penawaran paket iklan, misalnya harga sekian nanti dapatnya OnAir (*spot dan adlib*), talkshow, dan diunggah di media sosial sehingga semua menjadi satu kesatuan dan saling menguntungkan semua pihak. Dan dari situ, permintaan klien lebih ke paket, karena secara saat ini pasti semuanya butuh yang namanya multimedia, mulai dari foto dapat, audio dapat, teks juga dapat. Jika video dari kami dan klien kami sendiri juga masih jarang. Kalau ambilnya paket pasti akan disiarkan oleh penyiarnya dan di *upload* media

---

<sup>46</sup>Ibid.

sosial, ada juga beberapa yang hanya minta di upload, atau hanya minta *spot adlib*. Biasanya yang diupload itu foto storenya, atau produknya. Dengan begitu kan, semua produk dari klien kita bisa di akses oleh khalayak di perangkat mereka masing-masing, bahkan yang dari luar Ponorogo juga bisa mengakses”<sup>47</sup>

Keuntungan dari penerapan konvergensi radio Songgolangit FM mempermudah kinerja marketing, serta meningkatkan pendapatan radio dan kualitas dihadapan pendengar. Pendengar tidak hanya mudah mengakses informasi yang disampaikan tetapi juga mempermudah mencari kebutuhan sehari-sehari dari beberapa produk yang diiklankan di radio Songgolangit FM. Karena, salah satu pemasukan sebuah radio juga berasal dari iklan. Seperti yang disampaikan oleh Mirda Naurinisya Manajer Marketing Radio Songgolangit FM:

“Sangat besar pengaruhnya, mencapai 50 persen. Jika dulu mengakses sulit, sekarang menjadi lebih mudah. Sempat ada beberapa klien yang tahunya dari streaming, sehingga minat pasang sama kami. Ada juga beberapa pendengar yang membeli produk mereka tahunya juga dari streaming songgolangit FM. Sehingga dengan begitu kan, banyak audien yang berpikir ‘oh ada streamingnya’ jadi produknya bisa diakses dimana saja dan siapa saja. Dan dengan adanya konvergensi ini, kami jadi bisa mendapatkan iklan nasional. Itu yang menjadi salah satu alasan pendapatan kita juga meningkat”<sup>48</sup>

#### **D. Implikasi Konvergensi Radio Songgolangit FM**

Konvergensi media merupakan penggabungan media satu dengan media lainnya menjadi satu kesatuan untuk mempermudah memenuhi kebutuhan masyarakat terlebih dalam hal informasi dan teknologi. Konvergensi media juga mengubah hubungan antara teknologi, gaya

---

<sup>47</sup>Mirda Naurinisya, wawancara, Selasa, 14 April 2020, pukul 12.39.

<sup>48</sup>Mirda Naurinisya, wawancara, Selasa, 14 April 2020, pukul 12.39.

hidup, dan seluruh lapisan masyarakat. Apalagi di radio, yang dulunya hanya bisa didengarkan sekilas, dengan adanya konvergensi, kini bisa didengarkan melalui streaming, dan bisa diakses melalui berbagai macam media sosial.

Konvergensi pun dapat mendorong kompetisi bagi industri penyiaran karena mudahnya mengakses sebuah media. Dalam penerapan strategi konvergensi yang akan dimanfaatkan untuk penyampaian informasi di Radio Songgolangit FM, pastinya ada dampak yang diterima baik itu untuk pendengar dan pemasang iklan (*client*). Seperti yang disampaikan oleh Atik Shomadoh salah satu Pendengar Radio Songgolangit FM:

“Dengan adanya penyampaian informasi berbagai macam seperti itu kita tidak hanya membayangkan sendiri, kalau radio manual kan kita membayangkan sendiri, seperti apa ya yang dimaksud, nah kalau ada fotonya atau ada videonya, kita jadi tahu kebenarannya, kita tahu informasi nyatanya tanpa harus membayangkan. Adanya media sosial Songgolangit kan kita bisa langsung ikut komentar, apalagi saya juga berteman dengan Facebooknya songgolangit, saya jadi tahu informasi apa saja yang disampaikan. Kalau ingin melihat lagi informasi yang sudah pernah disampaikan tinggal dicari lagi kebawah-bawah seperti itu, kalau di radio manual kan hanya sekilas saja. Sangat membantu, karena pasti semua orang pasti pegang HP. Sebenarnya kalau radio manual pasti ada juga aplikasinya di HP, tapi kan jaraknya terbatas. Nah dengan adanya streaming, atau Facebook, Instagram, kita sendiri juga tidak bingung dengan jarak. Bisa dipakai dimanapun dan kapanpun dengan HP kita, lebih simple kalau bisa terhubung di HP.”<sup>49</sup>

Radio yang bersifat sekilas, yang hanya bisa didengarkan pada saat itu juga membuat sebagian pendengar ketinggalan informasi awal.

---

<sup>49</sup>Atik Shomadoh, wawancara, Minggu, 19 April 2020, pukul 09.36.

Sehingga dengan penggabungan media online, pendengar bisa mengakses secara keseluruhan kembali dan penyebaran informasi menjadi lebih cepat. Seperti yang disampaikan oleh Atik Shomadoh salah satu pendengar Radio Songgolangit FM:

“Keuntungannya sangat banyak sebenarnya, ya informasi jadi lebih cepat, penjabarannya penuh kalau di media sosial, kita tahu buktinya, kan berbeda kalau mendengarkan lewat radio, kalau ketinggalan sebentar saja, kita tidak tahu informasi depannya. Sementara kalau di media sosial, kita bisa melihat fotonya, bisa mengakses dengan HP kita.”<sup>50</sup>

Radio memiliki kelemahan *Selintas at Once* yang mudah hilang serta mudah dilupakan. Pendengar tidak bisa mengulang apa yang dikatakan oleh penyiar. Selain itu radio juga bersifat Local, dimana hanya bisa didengarkan di wilayah lokal dimana radio tersebut berada. Namun, dengan adanya Konvergensi media dapat menjangkau seluruh wilayah Nasional bahkan Internasional. Bahkan informasi yang telah disiarkan beberapa bisa diulang kembali dan bisa diakses di media sosial. Dengan adanya aplikasi *streaming* yang bisa diunduh di *playstore* menggunakan *gadget* masing-masing, pendengar yang berada di luar negeri pun juga bisa mengakses. Seperti yang oleh Bapak Imam salah satu pendengar Radio Songgolangit FM yang berada di Malaysia:

“Sangat berdampak bagus, karena saya bisa mendapatkan informasi yang mendalam. Apalagi posisi saya saat ini di negara tetangga, di Malaysia. Dengan adanya informasi yang diberi foto, atau video berarti saya tau bahwa informasi tersebut benar karena ada buktinya, apakah berita tersebut benar atau bohong. Saya sendiri juga bisa tahu di kampung halaman saya, khususnya Ponorogo itu ada berita-berita apa saja, bisa dibilang mengobati rasa rindu saya terhadap kampung halaman. Kalau

---

<sup>50</sup>Ibid.

saya sendiri sebenarnya tidak punya Facebook, jadi mungkin tidak tau informasi-informasi dari songgolangit yang diunggah di Facebook. Saya punya WhatsApp dan Instagram, jadi saya taunya informasi di Instagram, atau di grup WhatsApp. Apalagi songgolangit kan ada grup WhatsApp bagi pendengar, kebetulan saya gabung di grupnya, jadi tau kabar teman-teman Ponorogo. Dan informasi yang diunggah di media sosial menurut saya sangat positif, apalagi kalau orang sekarang kan lebih suka mengakses sosial media, jadi informasi yang disampaikan cepat diterima. Saya sendiri kalau tidak on di Instagram, saya dengerin radio lewat streaming, bisa sampai Malaysia. Dan itu mempermudah. Jadi walaupun saya di luar negeri bisa tau informasi *terupdate* kampung halaman. Saya lebih pakai Handphone, ya saya berterimakasih ke songgolangit, karena informasi yang disampaikan bisa saya akses lewat Handphone saya. Apalagi songgolangit menggunakan internet, coba kalau tidak ada internet dan siaran biasa, pasti gelombangnya tidak sampai sini, dan tidak bisa saya akses di Handphone saya. Menurut saya bisa lebih irit sih, posisi saya jauh. Selain itu saya juga bisa berbagi informasi dari sini juga. Saya juga mendapat banyak teman meskipun hanya lewat grup WhatsApp, tetapi itung-itung menambah silaturahmi.”<sup>51</sup>

Penerapan konvergensi media yang ada di Radio Songgolangit

bukan hanya berdampak untuk pendengar agar bisa mempermudah mengakses dan menyebarkan informasi. Seperti tujuan yang dicapai

Radio Songgolangit, konvergensi juga berdampak untuk pemasang iklan.

Marketing harus memiliki inovasi baru dalam menawarkan pemasangan

iklan khususnya di Radio Songgolangit FM dengan memanfaatkan

konvergensi media. Banyaknya pengiklan saat ini yang lebih memilih

media sosial sebagai media untuk mempromosikan produknya karena

dirasa lebih *simple*, cepat dan murah. Seperti yang disampaikan oleh Nia

Fhie Shop salah satu pemasang iklan di Radio Songgolangit FM:

“Benar-benar membantu, karena kami sendiri sudah pasang di songgolangit cukup lama, dan awalnya pasang iklan hanya

---

<sup>51</sup>Imam, wawancara, Sabtu, 18 April 2020, pukul 15.29.

tulisan dan audio saja. Tetapi dengan adanya format itu, kami sebagai pengiklan bisa sekalian pasang dalam bentuk foto. Biasanya kalau saya kirim foto lebih ke *store* saya. Itu kan bisa membantu, mungkin ada orang yang belum tau lokasi kami atau produk kami. Dan jika dengan foto atau video, orang kan lebih cepat tertariknya daripada hanya bentuk tulisan atau audio. Dengan foto, orang bisa melihat sendiri bagaimana produk kita. Benar-benar membantu dan menguntungkan, kalau diiklankan sama artinya orang banyak yang tau produk *fhie shop* sendiri, saya sendiri lebih tulisan, sama foto *store*nya”<sup>52</sup>

Ketika semua orang berbondong-bondong untuk memilih media digital yang lebih efisiensi untuk mendapatkan informasi, secara otomatis segala macam bentuk periklanan juga akan beralih ke media digital karena tuntutan dari konsumen tersebut. Seperti yang disampaikan oleh Nia Fhie Shop salah satu pendengar sekaligus pemasang iklan di Radio Songgolangit FM:

“Sangat berdampak positif, apalagi saat ini hampir tidak ada orang yang tidak bermain media sosial. Bahkan saya sendiri promosi produk juga melalui media sosial. Dan itu juga menguntungkan bagi kami, artinya jika songgolangit menyediakan beberapa untuk beriklan artinya kita bisa memilih produk kita diiklankan di media mereka. Sehingga orang banyak yang tau kami. Kalau dari saya sendiri lebih suka di siarkan dan di unggah di media sosial. Karena, anak muda cenderung bermain media sosial. Dan kalau di radio, lebih didengarkan usia produktif, artinya produk kami telah sampai di semua kalangan, karena setiap ada pembeli pasti saya tanya tau kami dari mana, sebagian dari mereka menjawab dari sosial media dan mendengarkan radio. Kalau untuk perangkat, juga berdampak, karena radio songgolangit dan medianya kan juga mudah di akses semua perangkat, salah satunya Handphone. Dan Handphone itu pasti terhubung dengan internet. Tanpa perangkat juga sulit menghubungkan sosial media. Jadi bagi kami, ketika produk kami sudah diunggah di media sosial, pasti bisa langsung diakses di perangkat masing-masing. Keuntungan dari kami sendiri, *store* kami lebih dikenal orang, semakin banyak pelanggan, dan bahkan pendapatan kami juga naik.

---

<sup>52</sup>Nia, wawancara, Sabtu 18 April 2020, pukul 18.34.

Sehingga untuk mengakses produk kami semakin lebih cepat dan mudah.”<sup>53</sup>

Dengan adanya media baru pengguna tidak lagi disusahkan dalam pengaksesan informasi, hanya tinggal memainkan perangkatnya, dan hubungkan ke internet, pengguna akan mendapatkan informasi kapanpun dimanapun berada.



---

<sup>53</sup>Nia, wawancara, Sabtu, 18 April 2020, pukul 18.34.

## BAB IV

### ANALISIS STRATEGI KONVERGENSI RADIO SONGGOLANGIT FM DAN IMPLIKASINYA

#### A. Strategi Konvergensi Radio Songgolangit FM di Tengah Persaingan Industri Penyiaran di Ponorogo

Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi, memicu persaingan yang ketat antar sebuah media untuk merebut posisinya. Salah satunya media radio, dimana radio merupakan sebuah media massa tradisional. Sehingga berbagai upaya harus dilakukan agar tetap bisa bertahan di tengah munculnya media baru. Peranan radio sebagai media tradisional harus bisa menuju media elektronik yang berteknologi modern agar terus dapat berfungsi sesuai dengan kebutuhan masyarakat, mulai dari komunikasi pendidikan, informasi, ekonomi, dan hiburan.<sup>1</sup>

Kemunculan internet yang dianggap sebagai media baru membuat media penyiaran khususnya radio terus bersaing memperluas audien dan mendapatkan iklan. Banyaknya khalayak yang lebih memilih mengakses menggunakan internet membuat media berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas produksinya. Sehingga media penyiaran harus merespon perubahan teknologi apabila ingin tetap bertahan di masyarakat, salah satu upayanya dengan menggabungkan media tradisional dengan media modern atau media baru.

---

<sup>1</sup>Asep Syamsul M Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*, (Bandung: Nuansa, 2017), 13



Konvergensi media yang muncul saat ini, sangat mempermudah sebuah perusahaan media dan masyarakat untuk mengakses kebutuhan informasinya. Sehingga hampir seluruh radio, tak terkecuali Radio Songgolangit juga memanfaatkan media baru sebagai *platform* untuk lebih dekat dengan pendengarannya. Dengan begitu, komunikasi dua arah bisa dilakukan.<sup>2</sup>

Sebelum diterapkan konvergensi media, media sosial yang dimiliki oleh Radio Songgolangit hanya Facebook saja, dan sebatas digunakan untuk media sosial tanpa memberitakan atau menyampaikan sebuah informasi materi siaran. Bahkan, untuk pemasangan iklan hanya disampaikan melalui radio siaran manual, bukan di media sosial sehingga pendapatn dari media tidak ada. Namun, dengan diterapkan konvergensi hingga saat ini, seluruh informasi dapat disampaikan melalui media sosial, dan pemasang iklan atau klien dapat memilih memasang produknya di media sosial atau melalui radio manual. Sehingga, ada pendapatan juga dari hasil konvergensi ini. Bahkan, pendapatan ada kenaikan hingga 50 persen.

Sebagai radio yang ada di wilayah Kabupaten Ponorogo yang berorientasi pada penyebaran berita, membuat Radio Songgolangit FM dituntut untuk menerapkan konvergensi media. Hal tersebut dilakukan agar seluruh berita yang disampaikan Radio Songgolangit FM tidak hanya sebatas didengarkan saja, melainkan bisa dilihat dan dibaca oleh seluruh kalangan masyarakat. Tak hanya itu, juga agar bisa menjangkau siapa saja

---

<sup>2</sup>Diyah Hayu Rahmitasari, *Manajemen Media di Indonesia*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), 231.

dan dimana saja. Segala bentuk upaya juga dilakukan oleh tim konvergensi media agar bisa memenuhi tuntutan masyarakat. Mulai dari barter iklan, pembuatan radio *streaming* yang bekerjasama dengan UNIDA, melihat kondisi lapangan, melihat kebutuhan masyarakat, dan mengubah format siaran menjadi *news*.

Untuk mencapai keberhasilan dalam proses konvergensi ini, sebuah media penyiaran harus mampu menerapkan 3M yang merupakan strategi konvergensi media, agar dapat menerapkan dengan baik, yaitu *multimedia, multichannel, dan multiplatform*.<sup>3</sup> Ketiga strategi konvergensi media tersebut harus saling berkaitan, tidak hanya menerapkan salah satunya saja. Hal tersebut merupakan satu kesatuan yang harus dijalankan bersamaan. Begitu juga dengan Radio Songgolangit FM yang mampu menerapkan strategi konvergensi media untuk memperluas audien agar dapat terus bersaing di tengah ketatnya industri penyiaran di Ponorogo saat ini.

Konvergensi Radio Songgolangit FM di tengah persaingan industri penyiaran di Ponorogo, dilakukan dengan beberapa langkah sesuai dengan strategi konvergensi media, yakni *Multimedia, Multichannel, dan Multiplatform*.

### **1. Multimedia**

---

<sup>33</sup>Deby Rizky Susilo, *Pengaruh Konvergensi Media Massa Terhadap Kepuasan Pelanggan Lampungpost.id*, (Lampung: Universitas Lampung, 2019), 27-28.

Sebuah media penyiaran yang ingin menerapkan konvergensi media agar bisa bertahan harus bisa membuat dan menyajikan informasi dalam berbagai format mulai dari teks, foto, audio, video, dan sebagainya. Penggunaan teknologi digital ini memungkinkan informasi yang diberikan oleh media massa berubah dan bermacam-macam menyesuaikan distribusi atau penyebarannya. *Multimedia* ini sangat mungkin dilakukan apabila konten yang diproduksi telah hadir dalam bentuk digital. Konvergensi media mengacu pada kemampuan untuk menampilkan berbagai macam format hanya melalui satu media saja.<sup>4</sup>

Dalam menerapkan konvergensi ini, Radio Songgolangit FM selalu berupaya memberikan informasi-informasi yang berdampak positif bagi khalayak. Informasi berupa foto, video, audio dan tulisan dikemas sedemikian rupa agar bisa tersampaikan kepada khalayak. Dengan begitu seluruh berita dapat dipertanggungjawabkan. Bahkan penerapan *multimedia* ini bisa meningkatkan kepercayaan *netizen* atas informasi yang disampaikan.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Penanggungjawab Kepenyiaran dan Gatekeeper Radio Songgolangit FM, diketahui bahwa dalam menyampaikan informasi tidak hanya dalam bentuk audio yang hanya disiarkan lewat radio manual saja, melainkan juga menggunakan berbagai format. Meskipun tidak keseluruhan, hanya foto, teks, dan video. Dalam bentuk audio, pada saat

---

<sup>4</sup>Aritasius Sugiya, *Strategi Transformasi Konvergensi Media*, (Jakarta: Universitas Indonesia, 2012), 50.

penyiar menyampaikan informasi melalui radio secara manual. Sementara untuk foto, video, dan teks disampaikan melalui sosial media yang dimiliki oleh Radio Songgolangit FM. Penggunaan berbagai macam format tersebut memudahkan penyiar untuk menyampaikan informasi kepada khalayak. Sehingga informasi yang disampaikan oleh penyiar ini bisa menjadi bukti bahwa berita tersebut benar adanya ketika disertakan sebuah foto atau video. Karena dari pembaca atau khalayak bisa langsung melihat, membaca, dan bahkan mendengar sendiri informasi yang disampaikan.

Tidak hanya untuk penyiar saja, penerapan konvergensi dengan *multimedia* ini juga mempermudah marketing dalam mencari pengiklan sebagai salah satu pendapatan Radio Songgolangit FM. Dalam strategi mencari pengiklan konvergensi sangat dibutuhkan untuk menawarkan produk yang dimiliki.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Manajer Marketing Radio Songgolangit FM, diketahui bahwa untuk mempermudah pengaplikasian *multimedia* ini, pihak marketing menawarkan pemasangan iklan dapat berupa teks, foto, dan video. Hal tersebut mendapat antusias dari pemasang iklan. Penawaran tersebut berupa harga paket untuk memasang iklan. Dimana paket iklan sudah berisi iklan OnAir (*spot dan adlib*), talkshow, dan diunggah di media sosial milik Radio Songgolangit FM. Pengiklan lebih memilih harga paket karena sudah termasuk promosi dalam media sosial. Penerapan

*multimedia* disini, dari pihak pengiklan mengirimkan foto *store* nya atau foto produk dari pengiklan. Foto tersebut nantinya diterjemahkan oleh penyiar ketika siaran.

Perubahan berbagai macam format tersebut dipicu oleh tren *multimedia* yang dihasilkan teknologi dan komunikasi melalui internet. Dengan demikian, strategi *multimedia* yang menyajikan berbagai macam format yang diterapkan oleh Radio Songgolangit untuk mencapai konvergensi dapat mempermudah penyiar dan marketing. Penyajian berbagai macam format tersebut terus diterapkan Radio Songgolangit FM hingga kini agar dapat terus bersaing dengan media lain.

## **2. *Multichannel***

Konvergensi media tak lepas munculnya media baru seperti Facebook, Instagram, Youtube, Website, dan sebagainya. Karena sesuai dengan penegertiannya sendiri, konvergensi media merupakan penggabungan beberapa media menjadi satu kesatuan. Dalam pengaplikasian konvergensi media menggunakan dan memaksimalkan berbagai metode dan kanal distribusi informasi dalam fisik maupun digital. Misalnya, informasi yang didapat selain disiarkan juga diunggah melalui media sosial. Dengan demikian, agar khalayak mengkonsumsi informasi juga beragam.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup>Ibid.

Belakangan media sosial atau media baru yang terhubung dengan internet, menjadikan orang semakin mudah mengakses informasi melalui aneka platform. *Multichannel* membuat khalayak memiliki lebih banyak pilihan media dengan konten yang beragam. Hal tersebut karena khalayak saat ini pasti tak lepas dari media sosial yang tidak memandang usia. Dengan pemanfaatan media sosial tersebut mempermudah seseorang untuk mengakses informasi yang masuk.

Berdasarkan wawancara dengan Penanggungjawab Kepenyiaran dan Gatekeeper Radio Songgolangit FM, bahwa Radio Songgolangit pun juga memanfaatkan media yang dimiliki mulai dari *Facebook, Fanspage, Instagram, dan Website*. Sehingga informasi yang telah disampaikan oleh penyiar melalui radio secara manual, juga bisa diakses pendengar melalui media sosial yang dimiliki. Hal tersebut dikarenakan, radio yang bersifat sekilas, apa yang disampaikan penyiar hanya bisa didengarkan pada saat itu juga. Sehingga agar pendengar tetap bisa mengakses informasi yang disampaikan kapanpun dan memberikan *feedback* secara langsung, salah satu upaya juga diunggah di media sosial yang lain. Dengan begitu, komunikasi dapat berjalan dua arah, karena penyediaan kolom komentar, dimana pembaca dapat langsung menyampaikan informasi pada saat itu juga. Selain itu, tujuan diunggahya informasi yang telah disampaikan melalui media sosial, agar memberikan bukti bahwa

berita yang telah disiarkan benar adanya dan dapat dipertanggungjawabkan.

Bagi marketing, dengan strategi *multichannel* ini mereka bisa lebih membantu menginklankan sebuah produk yang dimiliki kliennya melalui media sosial agar dapat diakses seluruh masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara dengan Manajer Marketing Radio Songgolangit FM, bahwa pemasang iklan yang didapat juga mengetahui dari pengiklan lain yang produknya diunggah di media sosial atau disiarkan melalui radio *streaming*. Sehingga dengan begitu, banyak pengiklan memilih paket harga agar bisa diunggah melalui media sosial Radio Songgolangit FM.

Dengan strategi *multichannel* ini, produk yang dimiliki klien bisa diakses siapa saja dan dimana saja, tidak sebatas dalam bentuk siaran tetapi juga melalui media sosial. Keuntungan dari penerapan konvergensi ini dirasa lebih mudah karena pada awalnya iklan yang didapat hanya dibacakan atau disiarkan melalui radio manual dan yang mengakses wilayah jangkauan gelombang radio saja. Dengan adanya penawaran iklan berupa unggahan di media sosial, pasti ada harga tersendiri yang ditawarkan. Dengan begitu, keuntungan yang di dapat dari media sosial juga bertambah untuk pendapatan Radio Songgolangit.

### 3. *Multiplatform*

Konvergensi media juga muncul dengan adanya beberapa perangkat untuk mengakses sebuah informasi, yakni *multiplatform*. Konten dalam media massa dapat diproduksi dan diakses dari berbagai macam alat dan perangkat. Dimana alat dan perangkat tersebut harus bisa mengakses berbagai macam *multimedia*. Alat atau perangkat yang digunakan berguna untuk menghasilkan berbagai jenis bahan untuk mengakses atau memproduksi konten di media massa terutama radio. *Multiplatform* ini memberikan keleluasan konsumen untuk menikmati produk informasi melalui berbagai perangkat yang dimiliki khalayak. Mulai dari Handphone, PC, Laptop, dan sebagainya.<sup>6</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan Penanggungjawab Kepenyiaran dan Gatekeeper Radio Songgolangit FM, bahwa semua berita atau informasi yang disajikan dalam berbagai format dan diunggah ke media sosial, dapat diakses di seluruh perangkat yang dimiliki oleh khalayak. Tak hanya itu, radio *streaming* juga bisa didownload melalui android khalayak. Apalagi untuk saat ini perkembangan teknologi juga semakin pesat. Kepemilikan *gadget* tidak hanya remaja saja, tetapi di seluruh lini masyarakat. Sehingga informasi dapat diakses siapa saja dan dimana saja.

Sementara itu, berdasarkan hasil wawancara dengan Manajer Marketing Radio Songgolangit FM, bahwa pesatnya

---

<sup>6</sup> Ibid.



teknologi dan munculnya teknologi yang baru mempermudah orang untuk mengakses produk yang diiklankan. Sehingga tidak hanya informasi sebuah berita saja. Karena seluruh informasi atau iklan yang ada di Radio Songgolangit keseluruhan bisa diakses melalui perangkat khalayak masing-masing.

Pada masa Sekarang ini, memang harus menerapkan *multiplatform* dalam konvergensi media. Tidak dapat dipungkiri bahwa kehidupan masyarakat kini sudah erat kaitannya dengan digitalisasi. Teknologi yang ada pun juga tidak pandang bulu. Sehingga dengan munculnya teknologi baru mempermudah industri media, khususnya Radio Songgolangit FM dalam menyampaikan informasi kapanpun, siapapun, dan dimanapun.

## **B. Implikasi Strategi Konvergensi Radio Songgolangit FM di Tengah Persaingan Industri Penyiaran di Ponorogo**

Dalam konteks yang lebih luas, konvergensi media sesungguhnya bukan saja memperlihatkan perkembangan teknologi yang kian cepat. Secara umum konvergensi media ini telah banyak memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mendapatkan informasi dan kemudahan bagi penyedia informasi untuk mempublikasikan informasinya kepada khalayak. Konvergensi mengubah hubungan antara teknologi, industri, pasar, gaya hidup dan khalayak. Singkatnya, konvergensi mengubah pola-pola hubungan produksi dan konsumsi, yang penggunaannya berdampak

serius pada berbagai bidang seperti ekonomi, politik, pendidikan, dan kebudayaan.

Masyarakat juga mendapatkan informasi lebih cepat seperti para pembaca berita online hanya dengan mengklik informasi yang diinginkan di komputer maka sejenak informasi itu pun muncul. Perubahan gaya hidup masyarakat yang menjadi kecanduan teknologi, adanya ketergantungan teknologi dimana segala sesuatu menjadi serba praktis dan otomatis.

Hal tersebut membuat interaksi yang terjadi sekarang cenderung berkurang, bahkan individu jaman sekarang banyak masyarakat menggunakan ponsel sebagai kebutuhan primer, dimana masyarakat tidak bisa lepas dari yang namanya ponsel. Secara perlahan fenomena ini telah membawa masyarakat ke dalam sebuah budaya yang cenderung ketergantungan terhadap teknologi. Perkembangan yang terjadi memang akan menghasilkan masyarakat yang modern apalagi dengan konvergensi media ini.

Konvergensi media juga berdampak bagi program berita yang ada di Radio Songgolangit FM, dimana crew radio harus mengubah strategi untuk tetap bisa mengaplikasikan konvergensi. Strategi mulai dari menyampaikan sebuah informasi, yang tidak hanya disampaikan secara manual tetapi juga melalui media sosial dengan bahasa yang berbeda agar berita dapat diakses dengan mudah bagi khalayak. Dampak tersebut terjadi di seluruh lini masyarakat. Konvergensi memberikan kesempatan baru

kepada publik untuk memperluas pilihan akses media sesuai selera mereka. Sementara itu, implikasi dari praktik konvergensi Radio Songgolangit FM yaitu implikasi sosial, implikasi budaya, dan implikasi ekonomi.

### **1. Implikasi Sosial**

Hadirnya konvergensi media seperti ini berpengaruh besar terhadap sosialisasi masyarakat dan menjadi faktor penyebab perubahan pola interaksi masyarakat. Dengan tersedianya media, memudahkan orang untuk saling berinteraksi. Meskipun dipisahkan oleh jarak, tetapi dengan bantuan media, interaksi dapat dilaksanakan dengan mudah. Penggunaan media yang terhubung internet telah terbukti mampu menjembatani interaksi antarmanusia bahkan dari yang jauh menjadi dekat. Gaya hidup dengan terpaku pada teknologi juga dirasakan oleh masyarakat. Sehingga banyak masyarakat yang mengandalkan informasi yang disampaikan melalui media sosial daripada melalui radio siaran

Dalam hasil wawancara dengan pendengar lokal Radio Songgolangit FM, bahwa dengan penerapan penyebaran informasi dalam berbagai format memberikan bukti bahwa informasi yang telah disampaikan dalam bentuk audio atau suara melalui radio manual tersebut benar adanya. Sehingga pendengar merasa percaya akan

informasi tersebut. Tak berhenti sampai disitu, kemunculan *new media* sebagai salah satu bentuk konvergensi juga mempermudah pendengar mengakses berita melalui media sosial. Sehingga, meskipun tidak sedang mendengarkan radio, mereka tetap bisa mengakses informasi yang telah disampaikan di media sosial, dan bisa ikut berkomentar secara langsung. Sehingga tanpa disadari, mereka juga mendapatkan informasi serta menyebarkan sebuah informasi yang dimiliki pendengar. Perkembangan teknologi yang cukup pesat, juga mempermudah pendengar menikmati segala bentuk informasi yang disampaikan oleh Radio Songgolangit dengan perangkat yang dimiliki pendengar.

## **2. Implikasi Budaya**

Penggabungan beberapa teknologi menjadi satu menimbulkan dampak positif yang dapat memperkenalkan suatu budaya terhadap budaya lain. Perkenalan budaya-budaya tersebut dikemas dalam sebuah informasi lalu diunggah di media sosial atau disiarkan lewat aplikasi streaming dan disampaikan kembali tidak hanya untuk masyarakat lokal tetapi juga skala internasional. Masyarakat menjadi tahu budaya dari beberapa daerah maupun dari seluruh dunia. berkat konvergensi media yang berkembang membuat masyarakat akan semakin mengenal budaya dari seluruh dunia tanpa harus mendatangi tempat tersebut.

Bukan untuk pendengar lokal saja, penerapan konvergensi media oleh Radio Songgolangit FM juga berdampak bagi pendengar yang berada di Luar Negeri. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pendengar yang ada di Malaysia, bahwa penyampaian informasi dengan adanya sebuah foto, atau video mempermudah pendengar untuk memahami berita secara mendalam. Radio kini bisa mendekatkan yang jauh, karena awalnya hanya bisa didengarkan untuk masyarakat lokal, kini bisa didengarkan untuk masyarakat dengan skala internasional. Sehingga, bagi pendengar yang ada di luar negeri bisa berbagi informasi yang ada di perantauan. Aplikasi *streaming* yang dimiliki Radio Songgolangit, dapat dengan mudah dimanfaatkan bagi mereka yang ada di negara tetangga.

### **3. Implikasi Ekonomi**

Fenomena konvergensi telah mempengaruhi aspek ekonomi dalam masyarakat. Dengan adanya media sosial mempermudah klien atau pemasang iklan mempromosikan produk yang mereka miliki, sehingga menambah keuntungan tersendiri bagi pemasang iklan dan pendapatan radio songgolangit. Dengan memanfaatkan aplikasi sosial media yang dimiliki oleh Radio Songgolangit, pemasang iklan bisa ikut mempromosikan di dalamnya. Penggunaan sosial media dalam mempromosikan produk yang dimiliki oleh pemasang iklan dinilai mampu mempermudah untuk mencari target yang lainnya.

Saat ini, setiap manusia tak lepas dari bermain sosial media. Masyarakat sendiri cenderung menggunakan media sosial sebagai tempat untuk menghasilkan dan mendapatkan uang. Mereka yang melakukan itu memiliki kesempatan untuk memajukan perekonomian. Berkat adanya konvergensi media dalam hal membuat usaha akan semakin mudah, cepat dan efisien. Jika perusahaan media dan masyarakat bisa memanfaatkan perkembangan teknologi sekarang dengan baik maka keuntungan pun bisa didapat.. Secara ekonomi, dengan berubahnya kebudayaan masyarakat yang diakibatkan oleh konvergensi maka sesungguhnya tercipta peluang-peluang besar untuk memanfaatkannya menjadi suatu ladang bisnis. Secara umum, konvergensi teknologi informasi sesungguhnya menyediakan keuntungan yang tidak terhitung bagi masyarakat luas.

Tak dapat dipungkiri, bahwa salah satu pendapatan yang ada di radio yakni dari iklan. Konvergensi media saat ini, membuat pengiklan tidak ragu lagi memasang iklan di media konvensional terutama radio. Karena dengan penawaran harga yang dapat dijangkau, produk yang dimiliki pengiklan bisa diakses dengan mudah oleh konsumen hanya dalam sekali klik saja.

Dari hasil wawancara dengan salah satu pendengar sekaligus pemasang iklan di Radio Songgolangit, bahwa penawaran dapat memasang iklan dengan menyertakan foto atau video dan diunggah di media sosial sangat membantu mereka untuk menjual

atau mengenalkan produk yang dimilikinya. Sehingga produk yang dimiliki pengiklan tidak sebatas disiarkan di radio manual saja. Dan tidak hanya didengar oleh kalangan lokal, melainkan dapat diakses dengan sangat mudah oleh seluruh kalangan masyarakat dari berbagai usia hanya dengan melalui media sosial yang terhubung dengan internet di *gadget* masing-masing. Pemanfaatan teknologi modern seperti *gadget* diyakini mampu membantu menyebarkan produk-produk yang dimiliki dari satu perangkat ke perangkat yang lainnya.

Pemanfaatan konvergensi media untuk mencari iklan menjadi simbiosis mutualisme bagi marketing dan pengiklan sendiri. Dimana, marketing mendapat pendapatan dari penawaran iklan melalui sosial media. Sementara, pengiklan mendapat keuntungan bahwa produknya lebih dikenal masyarakat luas.

Efisiensi, perluasan pasar, kecepatan menyiarkan, dan integrasi sumberdaya adalah esensi konvergensi media di Indonesia. Teknologi informasi dan komunikasi menjadi penopang di bawahnya. Dengan penerapan strategi konvergensi media yang meliputi 3M yakni *Multimedia*, *Multichannel*, dan *Multiplatform* menjadikan konvergensi media yang ada di Radio Songgolangit, tidak hanya sebatas kepemilikan media-media baru saja, tetapi juga bagaimana cara memanfaatkan media-media tersebut agar bisa untuk menyampaikan sebuah informasi yang dimiliki serta memperluas audien dan pendapatan sebuah perusahaan

media. Dengan begitu, Radio Songgolangit bisa terus bertahan ditengah ketatnya persaingan industri di Ponorogo selama ini.





## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dalam skripsi “Strategi Konvergensi Radio Songgolangit di Tengah Persaingan Industri Penyiaran di Ponorogo”, dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Strategi konvergensi Radio Songgolangit di tengah persaingan industri penyiaran di Ponorogo dengan beberapa langkah yakni *Multimedia*, *Multichannel*, dan *Multiplatform*. Pertama, *multimedia* dengan menyajikan berbagai macam format seperti foto, video, audio, dan teks untuk menyampaikan sebuah informasi berita maupun iklan. Kedua *multichannel*, dimana seluruh informasi yang sudah tersajikan dalam berbagai format tidak hanya disampaikan melalui siaran radio saja, tetapi juga diunggah di sosial media atau melalui radio *streaming*. Meskipun untuk informasi dalam bentuk iklan sesuai permintaan klien. Ketiga *multiplatform*, informasi yang disampaikan di media sosial atau melalui radio *streaming* oleh Radio Songgolangit bisa diakses siapapun, dimanapun, dan kapanpun melalui *gadget*, laptop, komputer, maupun perangkat khalayak masing-masing
2. Implikasi dari praktik konvergensi di Radio Songgolangit FM dibagi menjadi tiga, yakni implikasi sosial, budaya dan ekonomi. Pertama implikasi sosial, konvergensi yang diterapkan oleh Radio Songgolangit FM berdampak pada sosialisasi masyarakat atau

pendengarnya dan menjadi faktor penyebab perubahan pola interaksi masyarakat. Kedua implikasi budaya, hadirnya praktik konvergensi menjadi perubahan budaya dan pola hidup masyarakat. Banyaknya media yang digunakan oleh radio Songgolangit serta beberapa pendengar juga berada di luar negeri, mempermudah khalayaknya untuk mengenal budaya negara lain. Ketiga implikasi ekonomi, praktik konvergensi Radio Songgolangit mempermudah klien untuk lebih mempromosikan produknya melalui sosial media yang dimiliki radio songgolangit, hal tersebut berdampak pada kenaikan pendapatan bagi klien.

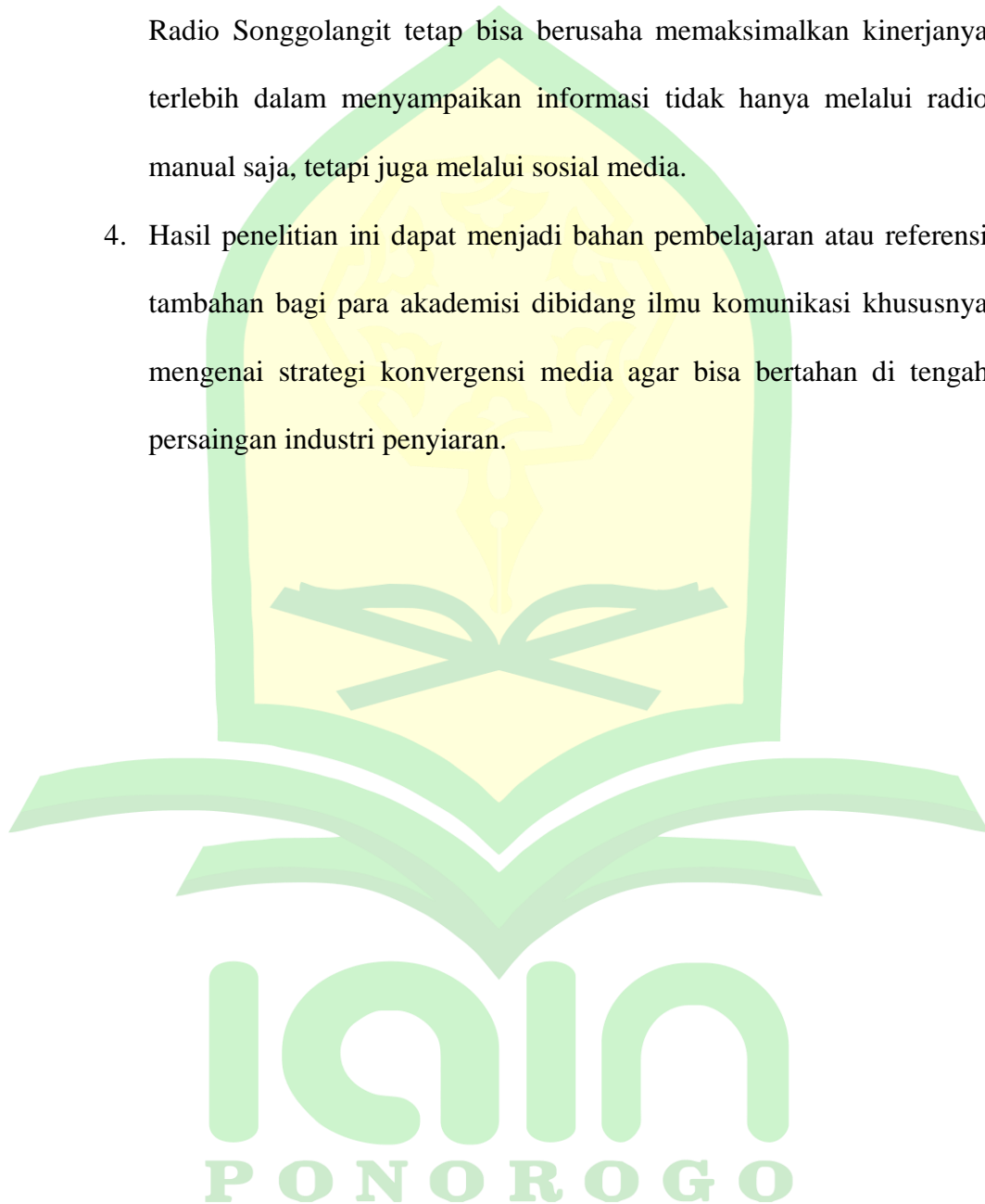
## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ada beberapa saran yang ingin diberikan peneliti, yakni :

1. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi Radio Songgolangit untuk lebih memaksimalkan dan meningkatkan kinerjanya dalam memberikan informasi kepada khalayak terutama di era konvergensi media saat ini. Selain itu, lebih memanfaatkan media-media yang dimiliki, sehingga seluruh sosial media bisa sama-sama *update* informasi.
2. Diharapkan bagi crew Radio Songgolangit FM agar bisa meningkatkan promosi media yang dimiliki agar masyarakat luas lebih tau lagi, karena untuk pendapatan perusahaan media bisa didapat

dari promosi sosial media agar lebih banyak lagi permintaan pemasang iklan melalui media sosial.

3. Diharapkan dengan keterbatasan SDM yang menjadi kendala, crew Radio Songgolangit tetap bisa berusaha memaksimalkan kinerjanya terlebih dalam menyampaikan informasi tidak hanya melalui radio manual saja, tetapi juga melalui sosial media.
4. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pembelajaran atau referensi tambahan bagi para akademisi dibidang ilmu komunikasi khususnya mengenai strategi konvergensi media agar bisa bertahan di tengah persaingan industri penyiaran.



## DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers. 2014.
- Basrowi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta. 2008.
- Budhijanto, Danrivanto. *Hukum Telekomunikasi, Penyiaran, dan Teknologi Informasi: Regulasi dan Konvergensi*, Bandung: Refika Aditama. 2013.
- Ghony, M. Djunaidi dan Fauzan Almanshur. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media. 2012.
- Hamidati, Anis. *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo. 2011.
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Henry\\_Jenkins](https://id.wikipedia.org/wiki/Henry_Jenkins) diakses pada 5 Januari 2020 13.36 WIB.
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Konvergensi\\_media](https://id.wikipedia.org/wiki/Konvergensi_media) diakses pada 5 Januari 14.25 WIB.
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Media\\_baru](https://id.wikipedia.org/wiki/Media_baru) diakses pada 4 Januari 2020 10.00 WIB.
- Hudaya, Asyar. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jasa Iklan di Perseroan Terbatas Radio Swara Ponorogo*. Skripsi STAIN Ponorogo : Muamalah. 2016.
- Mahmud. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV Pustaka Setia. 2011.
- McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa suatu pengantar*, terj. Agus Dharma dan Aminuddin Ram. Jakarta: Penerbit Erlangga. 1987.

- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2017.
- Morrisan. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Menegelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana. 2011.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. *Metodologi Peneltiain*. Jakarta: Bumi Aksara. 2015.
- Nugrahani, Farida. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta. 2014.
- Nurullah, Bayu. *Konvergensi Media Radio Republik Indonesia (RRI) di Bandung*. Skripsi Universitas Pasundan : Ilmu Komunikasi. 2019.
- Raco, J. R. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: PT Grasindo. 2010.
- Rahmitasari, Diyah Ayu. *Manajemen Media di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia. 2017.
- Rahmitasari, Diyah Hayu. *Manajemen Media di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia. 2017.
- Romli, Asep Syamsul M. *Basic Announcing: Dasar-Dasar Siaran Radio*. Bandung : Nuansa. 2009.
- Romli, Asep Syamsul M. *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*. Bandung: Nuansa. 2017
- Ruslan, Rosady. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada. 2010.
- Sugiya, Aritasius. *Strategi Transformasi Konvergensi Media*. Jakarta: Universitas Indonesia. 2012.
- Suharsaputra, Uhar. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Tindakan*. Bandung : Refika Aditama. 2014.

Surahmanto, Heri. *Strategi Penyiaran Radio Songgolangit FM Ponorogo Dalam Memberikan Informasi Seputar Ponorogo Pada Program Acara Graha Warta*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Ponorogo : Ilmu Komunikasi. 2017.

Susilo, Deby Rizky. *Pengaruh Konvergensi Media Massa Terhadap Kepuasan Pelanggan Lampungpost.id*. Lampung: Universitas Lampung. 2019.

