

**MANAJEMEN KONVERGENSI RADIO ASWAJA FM PONOROGO
DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI ERA *NEW MEDIA***

SKRIPSI



Oleh:

Lutfu Umi Masruroh

NIM. 302200123

Pembimbing:

Dr. Faiq Ainurrofiq, M.A.

NIP. 198401302011011008

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO**

2024

**MANAJEMEN KONVERGENSI RADIO ASWAJA FM PONOROGO
DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI ERA *NEW MEDIA***

SKRIPSI

**Diajukan untuk melengkapi sebagian syarat-syarat guna
memperoleh gelar sarjana program strata satu (S-1)
pada Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah**

**Institut Agama Islam Negeri
Ponorogo**

Oleh:

Lutfu Umi Masruroh

NIM. 302200123

Pembimbing:

Dr. Faiq Ainurrofiq, M.A.

NIP. 198401302011011008

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO**

2024

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lutfu Umi Masruroh

NIM : 302200123

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab, dan Dakwah

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan merupakan mengambil alihkan tulisan dan pemikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan dan pemikiran saya. Apabila dikemudian hari terbukti dan dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi dari perbuatan tersebut.

Ponorogo, 13 November 2024

Yang membuat pernyataan,

Lutfu Umi Masruroh

NIM. 302200123

NOTA PEMBIMBING

Ponorogo, 13 November 2024

Hal : Persetujuan Munaqosyah Skripsi
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah kami baca/teliti mengoreksi dan mengadakan perbaikan seperlunya terhadap skripsi saudara:

Nama : Lutfä Umi Masruroh
NIM : 302200123
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
Judul : Manajemen Konvergensi Radio Aswaja FM Ponorogo dalam
Mempertahankan Eksistensinya di Era *New Media*

Dengan ini kami menilai skripsi tersebut dapat disetujui untuk diajukan pada sidang munaqosyah jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pembimbing


Dr. Faiz Anurrofiq, M.A.
NIP. 198401302011011008

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama Saudara:

Nama : Lutfu Umi Masruroh

NIM : 302200123

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab, dan Dakwah

Judul : Manajemen Konvergensi Radio Aswaja FM Ponorogo

dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era *New Media*

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji pada sidang munaqosyah.

Ponorogo, 13 November 2024

Mengetahui,



Saiful Fikri Ajhuri, M.A.
NIP. 198306072015031004

Menyetujui,
Pembimbing



Dr. Faiz Ainurrofiq, M.A.
NIP. 198401302011011008

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lutfu Umi Masruoh
NIM : 302200123
Fakultas : Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Manajemen Konvergensi Radio Aswaja FM dalam
Mempertahankan Eksistensinya di Era *New Media*

Menyatakan bahwa skripsi/tesis 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](https://theses.iainponorogo.ac.id) adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 13 November 2024

Penulis



Lutfu Umi Masruoh
NIM. 302200123



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

PENGESAHAN

Nama : Lutfu Umi Masruroh
NIM : 302200123
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Manajemen Konvergensi Radio Aswaja FM Ponorogo dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era *New Media*

Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang Munaqosah Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 03 Desember 2024

Dan telah diterima sebagaib bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam (S. Sos) pada:

Hari : Senin
Tanggal : 09 Desember 2024

Tim Penguji:

1. Ketua Sidang : Muhamad Nurdin, M. Ag. ()
2. Penguji : Dr. Ahmad Choirul Rofiq, M. Fil. I. ()
3. Sekretaris : Dr. Faiq Ainnurrofiq, M. A. ()

Ponorogo, 09 Desember 2024

Mengesahkan,




Dr. H. Muhammad Munir, M. Ag
NIP. 06806161998031002

ABSTRAK

Masruroh, Lutfu Umi, 2024. Konvergensi Radio Aswaja FM Ponorogo dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era *New Media*. Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Pembimbing; Dr. Faiq Ainurrofiq, M. A.

Kata Kunci: Konvergensi, Radio, *New Media*

Perkembangan media massa dalam bidang informasi dan hiburan saat ini semakin pesat sehingga menjadi salah satu tantangan tersendiri bagi perusahaan radio. Seiring dengan perkembangan media tersebut menyebabkan minat masyarakat untuk mendengarkan radio juga semakin menurun. Radio Aswaja FM sebagai salah satu radio lokal yang ada di Kabupaten Ponorogo dituntut untuk terus menjaga eksistensinya agar posisinya tidak kalah dan tergeser dengan kehadiran *new media*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tahap-tahap perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengawasan konvergensi media serta hasil dari konvergensi media yang dilakukan oleh Radio Aswaja FM. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deksriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian menggunakan tiga teknik yaitu melalui teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selanjutnya data diolah dengan mengelompokkan data-data yang relevan atau tidak relevan, untuk melakukan reduksi data, penyajian data, verifikasi, dan pengambilan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radio Aswaja FM melakukan konvergensi media untuk menjaga eksistensinya dengan strategi *planning, organizing, actuating, dan controlling*. Perencanaan yang dilakukan yaitu penguatan legalitas radio, persiapan peralatan, kebutuhan, tim, aktivitas, pemanfaatan media digital, dan merancang program atau konten untuk menarik minat audiens. Pengorganisasian yang dilakukan melalui pengoptimalan dukungan dan kinerja sumber daya manusia dengan pembagian tugas dan pekerjaan sesuai keahlian masing-masing. Pelaksanaan yang dilakukan pertama dengan memahami kebutuhan audiens terkait penggunaan media sosial dalam penggunaan teknologi produksi program/konten, kedua merespon aktivitas audiens dalam dunia digital untuk selanjutnya program disajikan secara *live streaming*, ketiga membuat program atau konten yang menarik sesuai kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan audiens. Tahap pengawasan melalui *checking dan monitoring* untuk evaluasi kendala dan permasalahan dalam aktivitas konvergensi media untuk ditindaklanjuti dan dibenahi. Setelah melakukan konvergensi media Radio Aswaja FM kini dapat tetap eksis karena siaran radio sekarang juga dapat dinikmati melalui aplikasi Aswaja FM atau website serta Youtube, sehingga mempengaruhi jumlah pendengar radio sehingga mengalami peningkatan.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini dapat diketahui bahwa perkembangan media massa terutama dalam bidang informasi dan hiburan kian pesat dengan berbagai kemajuannya. Seiring dengan perkembangan media massa inilah kemudian lahir *new media* yang memiliki lebih banyak peminat dan pengguna. Kehadiran *new media* ini dapat menjadi tantangan tersendiri bagi media massa khususnya media konvensional seperti halnya radio, televisi, surat kabar, maupun majalah karena mampu menggeser eksistensinya. *New media* sendiri tidak dapat dipisahkan dari teknologi dan internet karena sifatnya yang lebih praktis, interaktif, berjejaring dan tidak memihak.¹ Jauh sebelum kehadiran *new media* masyarakat mendapatkan informasi hanya dari radio, televisi, surat kabar, maupun majalah. Berkat kehadiran *new media* masyarakat dapat lebih mudah mendapatkan informasi melalui handphone maupun komputer asalkan terkoneksi dengan jaringan internet. Dalam hal tersebut, maka media massa konvensional seperti halnya radio, televisi dan media cetak juga harus mampu merespon perubahan tersebut jika ingin tetap mempertahankan eksistensinya. Hal ini dapat dilakukan dengan cara menggunakan atau memanfaatkan teknologi maupun internet untuk memperluas jangkauan dan memperkuat eksistensinya dengan menyediakan platform digital seperti halnya *radio streaming*, *e-paper*, *e-book*, televisi streaming, dan juga media sosial.

¹ Jasafat, *Konvergensi Komunikasi* (Banda Aceh: Ar-Raniry Press, 2019), 185

Seiring dengan banyaknya pengguna internet saat ini tentunya juga menjadi tantangan dan ancaman tersendiri bagi media penyiaran sebagai pemberi informasi dan hiburan. Berdasarkan hasil survey oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada bulan Januari 2024 lalu, pengguna internet di Indonesia mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023. Sedangkan tingkat penetrasi internet Indonesia menyentuh angka 79,5% yang meningkat 1,4% dibandingkan dengan periode sebelumnya. Terhitung sejak 2018, penetrasi internet Indonesia mencapai 64,8% dan pada tahun selanjutnya berurutan, 73,7% di 2020, 77,01% di 2022, dan 78,19% di 2023.¹

Tantangan tersebut terjadi hampir di seluruh media penyiaran salah satunya yaitu radio. Radio adalah salah satu media massa yang mampu menyuguhkan berbagai informasi maupun hiburan kepada masyarakat melalui audio yang sebelumnya juga banyak diminati. Pada umumnya radio memiliki karakteristik yang hampir sama dengan media lainnya yaitu, publisitas, universalitas, kontinuitas, dan aktualitas.² Namun kini peminat radio mengalami penurunan akibat adanya internet yang lebih praktis digunakan untuk akses informasi maupun hiburan. Dilansir dari artikel yang diunggah rri.co.id/ mengutip dari data yang dirilis oleh situs global wearesocial.com menunjukkan total populasi Indonesia berjumlah 278,7 juta orang, 185,3 juta di antaranya merupakan pengguna internet dan 139 juta orang adalah pengguna sosial media aktif. Sedangkan data lainnya

¹ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Diakses pada tanggal 30 Maret 2024 pukul 23.19 WIB

² Asep Syamsul dan Muhammad Romli, *Dasar-Dasar Siaran Radio* (Bandung: Nuansa, 2009), 13

menunjukkan bahwa 84,6% orang Indonesia masih menonton televisi, lalu 84,1% menggunakan laptop/pc/tablet untuk mengakses internet dan 71,0% pengguna mendengarkan layanan musik streaming, 70,7% membaca konten media online dan masih ada 65,8% orang yang menonton TV. 65,9% orang yang mendengarkan podcast, serta 54,7% masih membaca surat kabar cetak. Pada urutan terbawah, ada 51,1% orang yang masih mendengarkan radio.³

Dengan demikian maka tidak jarang jika saat ini banyak stasiun radio yang terpaksa harus tutup karena tidak mampu beradaptasi dengan adanya *new media*. Tetapi juga tidak sedikit stasiun radio yang masih bertahan dengan menyuguhkan siaran yang tidak hanya melalui frekuensi saja tetapi juga sudah merambah ke digital melalui *streaming*. Tampaknya kini radio bukan lagi sesuatu hal yang favorit dan menarik untuk dinikmati, sehingga kini juga banyak dijumpai beberapa stasiun radio yang sudah mulai beradaptasi dengan menyuguhkan berbagai program siaran yang lebih modern dan menyesuaikan minat pendengar. Meskipun pada kenyataannya hal demikian tidak lantas menjadikan kejayaan dan pamor radio kembali eksis seperti dulu lagi. Oleh karena itu, mau tidak mau stasiun radio yang ingin tetap eksis juga harus mampu menciptakan inovasi dan kreativitasnya sehingga membantu mempertahankan keberlangsungan radio dan tidak kehilangan pendengar.

³ Radio Republik Indonesia, [RRI.co.id - Jumlah Pendengar Radio Semakin Tergerus](https://www.rri.co.id). Diakses pada tanggal 30 Maret 2024 pukul 23.45 WIB

Selanjutnya mulai dikenal istilah konvergensi media yang hadir sebagai sarana untuk mempertahankan eksistensi radio di era new media ini.⁴ Konvergensi media dapat terjadi akibat penggabungan antara media konvensional dengan new media yang berbasis internet. Istilah konvergensi media sendiri dapat disebut sebuah media yang dapat menyatukan konsep 3C antara lain *computing* (komputasi), *communication* (komunikasi), dan *content media*.⁵ Kunci dari konvergensi media adalah internet dan digitalisasi yang tentunya juga tidak dapat dipisahkan dari hadirnya media kreatif yang menghubungkan sistem komunikasi dengan media sendiri. Sehingga banyak stasiun radio yang saat ini mengintegrasikan siaran *on air* dengan konten digital dan dipublikasikan melalui media sosial, baik itu Instagram, TikTok, Facebook, Youtube, dan sebagainya.

Hal tersebut tentunya juga terjadi dan dialami oleh salah satu stasiun radio lokal yang ada di Kabupaten Ponorogo, yaitu Radio Aswaja FM. Radio Aswaja FM adalah salah satu radio swasta yang kini mulai eksis kembali tahun 2023 lalu setelah beberapa mengalami pasang surut dan sempat vakum beberapa tahun. Berdasarkan hasil observasi awal penulis menunjukkan jika fenomena tersebut terjadi akibat ketidakmampuan perusahaan Radio Aswaja FM sendiri untuk beradaptasi menghadapi perkembangan *new media* sehingga mau tidak mau stasiun radio tersebut berhenti beroperasi. Selain itu, menurunnya minat pendengar terutama

⁴ Usman Kansong, *Ekonomi Media, Pengantar Konsep dan Aplikasi* (Jakarta: Ghalia, 2009), 30

⁵ Khansa' Latifah & Ismandianto, "Konvergensi Radio Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital Dan Covid-19," *Jurkom-Jurnal Riset Komunikasi*, Vol 4(1) (2021), 133

kalangan remaja terhadap siaran radio juga turut menjadi faktor yang mempengaruhi hal tersebut.

Pada tahun 2018 menjadi masa kelam dalam sejarah Radio Aswaja FM yang mengalami *collapse* karena sulit menyesuaikan diri dan bertahan sehingga keberadaannya lama-kelamaan akan kalah dengan adanya media-media baru (*new media*) yang saat ini juga mengalami perkembangan yang cukup pesat. Selama kurang lebih 5 tahun lamanya dari 2018 – 2023, Radio Aswaja FM berhenti mengudara dan beroperasi bahkan dapat dikatakan mati. Dalam hal berdirinya suatu stasiun radio banyak sekali faktor pendukung sehingga radio masih akan tetap hidup, bertahan, dan terus mengudara. Salah satu faktor pendukung berdirinya radio agar tetap eksis bertahan adalah berkaitan dengan *back up* atau dukungan di wilayah pembiayaan operasional dan perbaikan peralatan radio. Stasiun radio jika hanya mengandalkan iklan masuk maka pastinya akan kesulitan, baik secara operasional maupun manajerialnya apalagi kebutuhan pembiayaan radio juga cukup besar.

Dari 2023 hingga 2024 ini Radio Aswaja FM masih berusaha untuk terus menjadi kepercayaan masyarakat Ponorogo dan sekitarnya. Radio Aswaja FM juga selalu menyesuaikan diri dengan perkembangan media saat ini agar tidak kalah dan selalu eksis. Melalui media sosialnya hingga saat ini Radio Aswaja FM juga sudah mengalami kemajuan dan cukup dikenal oleh masyarakat. Radio Aswaja FM kini juga menyajikan siaran *on air* berbasis *live streaming* yang tentunya dapat diakses di mana saja, kapan saja, dan di mana saja asalkan memiliki jaringan internet karena sudah tersedia di berbagai platform digital seperti Facebook, Youtube, Instagram, TikTok serta aplikasi yang bisa langsung diunduh dari Play Store. Namun demikian

tetap saja tidak bisa dibandingkan dengan kemajuan dan perkembangan Radio Aswaja FM dulu sebelum pesatnya digitalisasi seperti saat ini.⁶

Oleh karena itu, untuk menghadapi permasalahan tersebut manajemen stasiun Radio Aswaja FM mulai menerapkan strategi konvergensi sebagai upaya untuk menghadapi tantangan dan berusaha mengikuti perkembangan media demi menjaga eksistensinya. Dalam hal ini Radio Aswaja FM juga memiliki komitmen untuk menjaga keberlangsungan radio. Selanjutnya penulis ingin mengidentifikasi mengenai penerapan “Manajemen Konvergensi Radio Aswaja FM dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era *New Media*”.

B. Rumusan Masalah

Dari permasalahan yang sudah dijelaskan dalam latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah untuk menyusun proposal ini. Adapun rumusan masalah tersebut yaitu:

1. Bagaimana perencanaan konvergensi yang dilakukan Radio Aswaja FM dalam mempertahankan eksistensinya di era *new media*?
2. Bagaimana pengorganisasian konvergensi yang dilakukan Radio Aswaja FM dalam mempertahankan eksistensinya di era *new media*?
3. Bagaimana penggerakan konvergensi yang dilakukan Radio Aswaja FM dalam mempertahankan eksistensinya di era *new media*?
4. Bagaimana pengawasan konvergensi yang dilakukan Radio Aswaja FM dalam mempertahankan eksistensinya di era *new media*?

⁶ Transkrip, 03/W/24/10/2024

5. Bagaimana hasil konvergensi Radio Aswaja FM dalam mempertahankan eksistensinya di era *new media*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tahap perencanaan konvergensi yang dilakukan Radio Aswaja FM dalam mempertahankan eksistensinya di era *new media*
2. Untuk mengetahui tahap pengorganisasian konvergensi yang dilakukan Radio Aswaja FM dalam mempertahankan eksistensinya di era *new media*
3. Untuk mengetahui tahap pergerakan konvergensi yang dilakukan Radio Aswaja FM dalam mempertahankan eksistensinya di era *new media*
4. Untuk mengetahui tahap pengawasan konvergensi yang dilakukan Radio Aswaja FM dalam mempertahankan eksistensinya di era *new media*
5. Untuk mengetahui hasil konvergensi Radio Aswaja FM dalam mempertahankan eksistensinya di era *new media*

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis ini diharapkan dapat memiliki kegunaan baik teoritis maupun praktis untuk pengembangan ilmu pengetahuan yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan mampu menambah pemahaman maupun memperkaya keilmuan dan pengetahuan bagi jurusan Komunikasi

dan Penyiaran Islam (KPI) khususnya di bidang konvergensi media. Selain itu, penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan referensi pustaka bagi penelitian-penelitian lainnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak radio maupun pengusaha di bidang penyiaran lainnya sebagai acuan dalam menciptakan program-program penyiaran dengan inovasi baru yang lebih kreatif dan menarik guna mempertahankan eksistensi radio di era new media. Selanjutnya, penelitian ini juga dapat memberikan tambahan referensi untuk kajian yang sama yaitu berkaitan dengan penerapan konvergensi pada radio di era new media.

E. Telaah Pustaka

Berdasarkan penelusuran yang saya lakukan terhadap beberapa karya penelitian sebelumnya yang bertema serupa dengan tema yang diangkat, serta menghindari adanya tindakan penjiplakan (plagiasi) dan juga demi menunjukkan keaslian penelitian ini, maka berikut saya lampirkan penelitian-penelitian terdahulu:

Pertama, penelitian dengan judul “Strategi Konvergensi Media Cetak Radar Madiun dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era *Cybermedia*”, karya Widia Kusumawati, mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam FUAD IAIN Ponorogo tahun 2023. Penelitian yang dilakukan Widia bertujuan untuk mengetahui strategi Radar Madiun dalam bertransformasi menuju konvergensi media dan

menganalisis model konvergensi media yang dilakukan Radar Madiun dalam mempertahankan eksistensinya di era *cybercrime*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Hasil dari penelitian tersebut sebagai berikut: Pertama, strategi konvergensi yang dilakukan oleh Radar Madiun menggunakan strategi konvergensi 3M *Multimedia, Multichannel, Multiplatform*. Kedua, model konvergensi yang dilakukan oleh Radar Madiun adalah konvergensi *newsroom*, konvergensi *newsgathering* dan konvergensi konten yang dimana model ini seorang jurnalis dituntut untuk menjadi *multitasking* dalam mengerjakan suatu proyek berita.⁷ Persamaan dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama meneliti terkait strategi konvergensi media. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Widia adalah meneliti media cetak Radar Madiun, sedangkan penulis sendiri meneliti media penyiaran Radio Aswaja FM. Selain itu, Widia fokus pada era *cybercrime* sedangkan penulis pada era *new media*.

Kedua, penelitian dengan judul “Konvergensi Media Radio Shelter 95,3 FM di Era Digital”, karya Diah Ayu Pramesti Rahmadiani, mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam FDK UIN Syarif Hidayatullah tahun 2023. Penelitian yang dilakukan Diah bertujuan untuk menganalisis penerapan dan hambatan Radio Shelter 95,3 FM dalam konvergensi media menurut Rich Gordon di era digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Hasil dari penelitian ini yaitu: Pertama, Radio Shelter 95,3 FM menerapkan tiga dimensi konvergensi menurut Rich Gordon di antaranya *tactical*

⁷ Widia Kusumawati, *Strategi Konvergensi Media Cetak Radar Madiun dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Cybermedia* (Skripsi IAIN Ponorogo, 2023)

convergence, *structural convergence*, dan *storytelling convergence*. Kedua, hambatan yang dialami Radio Shelter 95,3 FM adalah kurang beragamnya informasi berdasarkan data pada materi siaran karena hanya melansir dari *website* tertentu dan tidak semua penyiar radio memiliki kemampuan untuk mengisi suara iklan atau menirukan jenis suara tertentu. Sedangkan tantangannya adalah kurangnya sumber daya manusia sehingga terjadi *burnout* dan rasa Lelah fisik/mental berimbas pada produktivitas dan kinerja kurang maksimal.⁸ Persamaan penelitian ini dengan yang dilakukan penulis yaitu meneliti konvergensi media radio. Sedangkan perbedaan penelitian Diah dengan penulis adalah lokasi penelitian, skripsi ini di Radio Shelter 95,3 FM dan penulis di Radio Aswaja FM.

Ketiga, penelitian dengan judul “Penerapan Konvergensi Radio Republik Indonesia (RRI Pro 2 Pekanbaru) dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital”, karya Ilham Maulana, mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FDK UIN Sultan Syarif Kasim tahun 2022. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan konvergensi Radio Republik Indonesia Dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Hasil dari penelitian ini yaitu penerapan konvergensi Radio Republik Inonesia (RRI Pro 2 Pekanbaru) dalam mempertahankan eksistensi di era digital sudah cukup baik, walaupun masih ada kekurangan namun penerapan yang dilakukan sudah sesuai dengan konsep konvergensi media. Adapun proses penerapan yang dilakukan RRI Pro 2 Pekanbaru

⁸ Diah Ayu Pramesti Rahmadiani, *Konvergensi Media Radio Shelter 95,3 FM di Era Digital* (Skripsi UIN Syarif Hidayatullah, 2023)

dalam melakukan penerapan konvergensi sebagai berikut; Pertama, dalam melakukan konvergensi media ada beberapa penambahan alat yang digunakan dalam penyiaran yaitu kamera, *computer*, jaringan, *sound system* dan *audio mixer*. Kedua, secara garis besar terdapat tiga (3) platform yang digunakan oleh RRI Pro 2 Pekanbaru dalam menjalankan aktivitas secara digital yaitu website berupa RRI net, *social media* berupa Youtube, Instagram, Facebook dan TikTok serta aplikasi yaitu RRI Play go. Ketiga, kolaborasi yang dilakukan oleh RRI Pro 2 Pekanbaru adalah kolaborasi *cloning* dalam artian memperbanyak konten untuk dimuat di platform lainnya.⁹ Persamaan penelitian Ilham dengan penulis yaitu menegani konvergensi media radio dalam mempertahankan eksistensinya. Sedangkan perbedaan penelitian Ilham dengan penulis sendiri terletak pada lokasi, penelitian Ilham di RRI Pro 2 Pekanbaru dan penulis di Radio Aswaja FM.

Keempat, penelitian dengan judul “Strategi Konvergensi Radio Walisongo 95.6 Fm Pekalongan melalui Media Online”, karya Eko Agus Prasetyo, mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam FDK UIN Walisongo tahun 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi konvergensi Radio Walisongo 95.6 FM Pekalongan melalui media online. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis SWOT. Hasil dari penelitian ini yaitu: diperlukan sebuah strategi khusus, salah satunya merujuk pada teori Roger Fidler, yaitu strategi konvergensi media meliputi koevolusi suatu perubahan atau mediamorfosis dari media analog ke digital karena adanya teknologi baru di era digitalisasi yaitu

⁹ Ilham Maulana, *Penerapan Konvergensi Radio Republik Inonesia (RRI Pro 2 Pekanbaru) dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital* (Skripsi UIN Sultan Syarif Kasim, 2023)

internet yang membuat Radio Walisongo kehilangan pendengarnya untuk bertahan hidup. Radio Walisongo mulai memanfaatkan hadirnya teknologi baru ini dengan berkonvergensi media, konvergensi media yang dilakukan oleh Radio Walisongo ini menggabungkan media internet dengan media radio dalam satu platform yaitu media online, kompleksitas merupakan akibat dari konvergensi media, hasil dari konvergensi media ini adalah media online, media penyiaran yang digunakan oleh Radio Walisongo yaitu App Mobile, Website, Media Sosial (Facebook, Instagram, dan Twitter) dalam melakukan strategi konvergensi melalui media online Radio Walisongo bisa menyebarkan dakwahnya dengan dakwah *Bil Lisan* dan *Bil Qolam*, serta *Bil Hal*.¹⁰ Persamaan penelitian Agus dengan penulis yaitu meneliti strategi konvergensi radio. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, Agus di Radio Walisongo 95,6 FM sedangkan penulis di Radio Aswaja FM.

Kelima, penelitian dengan judul “Konvergensi Radio Sonora 92.0 FM Jakarta dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital”, karya Indri Nur Noviawati, mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam FDK UIN Syarif Hidayatullah tahun 2023. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas konvergensi kontinum pada tahap *cross-promotion*, *cloning*, *coopetition*, *full convergence* yang telah dilakukan oleh Radio Sonora Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi, dokumentasi, dan wawancara. Adapun pembahasan dalam penelitian adalah menggunakan metode deskripsi analisis yang memaparkan tentang

¹⁰ Eko Agus Prasetyo, *Strategi Konvergensi Radio Walisongo 95.6 FM Pekalongan Melalui Media Online* (Skripsi UIN Walisongo, 2020)

bagaimana strategi komunikasi, manajemen, efektifitas dan Islam Nusantara. Hasil dari penelitian ini yaitu: praktik *cross-promotion* (promosi silang) pada Radio Sonora Jakarta dilakukan melalui promosi silang secara lisan maupun tulisan dan *on air* maupun melalui platform digital yang masih satu kepemilikan seperti Harian Kompas praktik *cloning* (penyalinan) dilakukan dengan memuat berita media lain untuk digunakan tanpa merubah isi beritanya, praktik *coopetition* dilakukan terhadap media yang masih satu kepemilikan yaitu Harian Kompas dan radio-radio di bawah KG Radio Network bekerja sam tanpa bersaing dalam bahan berita dan pemanfaatan SDM antar wartawan, praktik *content sharing* (berbagi konten) dilakukan terhadap media yang masih satu kepemilikan yaitu Harian Kompas dan radio-radio di bawah KG Radio Network dalam mendapatkan konten, praktik *full convergence* (konvergensi penuh) dilakukan dengan memanfaatkan pekerja media lain dalam satu perusahaan yaitu wartawan Radio Sonora di daerah dalam pengumpulan, produksi, dan distribusi.¹¹ Persamaan penelitian Indri dengan penulis yaitu meneliti konvergensi radio. Perbedaan penelitian Indri dengan penulis yaitu lokasi radio di Radio Sonora Jakarta dengan Radio Aswaja FM.

Keenam, penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Dakwah Radio Aswaja FM dalam Menyebarkan Islam Nusantara”, karya Ali Abdurrahman, mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo tahun 2018. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses perencanaan siaran untuk menarik pendengar dan mengetahui strategi komunikasi dakwah untuk menyebarluaskan

¹¹ Indri Nur Noviawati, *Konvergensi Radio Sonora 92.0 FM Jakarta dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital* (Skripsi UIN Syarif Hidayatullah, 2020)

Islam Nusantara yang dilakukan oleh Radio Aswaja FM. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Hasil penelitian ini yaitu, Pertama, berkaitan dengan perencanaan dan manajemen penyiaran, Radio Aswaja FM Ponorogo secara internal membutuhkan dukungan agar tetap eksis atau bermanfaat buat semuanya melalui kemampuan kapasitas pendengar dan secara eksternal telah dilakukan komunikasi untuk menawarkan sponsor, menawarkan program-program termasuk juga kerja sama dengan EO atau pelaksanaan program-program lainnya.¹² Persamaan penelitian Ali dengan penulis yaitu sama-sama menggunakan Radio Aswaja FM sebagai objek yang diteliti. Perbedaan penelitian Ali dengan penulis yaitu fokus penelitiannya, Ali sendiri meneliti mengenai strategi komunikasi dakwah sedangkan penulis meneliti strategi konvergensi radio.

F. Metode Penelitian

a. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian dengan pendekatan kualitatif adalah suatu penelitian yang berusaha memahami fenomena tentang sesuatu berupa motivasi, persepsi, tindakan, dan lain-lain secara utuh dengan mendeskripsikan ucapan dan bahasa pada konteks yang khusus secara alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode.¹³ Sehingga penulis menganggap penelitian dengan pendekatan kualitatif ini relevan dengan objek yang akan dikaji

¹² Ali Abdurrahman, *Strategi Komunikasi Dakwah Radio Aswaja FM dalam Menyebarkan Islam Nusantara* (Skripsi IAIN Ponorogo, 2018)

¹³ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2009), 6

terutama berkaitan dalam hal mengidentifikasi penerapan strategi konvergensi media yang dilakukan oleh Radio Aswaja FM untuk mempertahankan eksistensinya di era *new media* saat ini.

Sedangkan untuk metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode dengan analisa secara deskriptif. Metode deskriptif merupakan prosedur pemecahan masalah yang sedang diselidiki dengan cara melukiskan keadaan subjek ataupun objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat, dan lainnya). Hal tersebut sejalan dengan yang diungkapkan oleh Lexy J. Moleong bahwa data-data yang dikumpulkan dalam suatu penelitian kualitatif yaitu berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka.¹⁴ Tujuan dilakukannya penelitian deskriptif analitik ini adalah membuat deskripsi maupun memberikan gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat berkaitan dengan fakta, sifat serta hubungan antar fenomena yang sedang diselidiki.¹⁵ Dalam penelitian ini nantinya penulis akan menafsirkan dan menjelaskan data-data yang telah didapat dari hasil wawancara, observasi, maupun dokumentasi sehingga didapatkan jawaban mengenai permasalahan secara rinci. Selanjutnya hasil penelitian ini harus dipaparkan secara objektif agar subjektivitas penulis dalam menginterpretasikan dapat dihindari.

¹⁴ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2009), 11

¹⁵ Moh. Nazir, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003). Cet.Ke-3, 54

b. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan penulis pada salah satu stasiun radio lokal yang ada di Kabupaten Ponorogo yaitu Radio Aswaja FM. Lokasi radio ini tepatnya di Kantor PCNU Ponorogo Lantai 3 yang beralamat di Jalan KH. Ahmad Dahlan No. 60 Kel. Bangunsari, Kec. Ponorogo, Kab. Ponorogo, Jawa Timur.

c. Data dan Sumber Data

1. Data

Data adalah hasil dari kumpulan catatan dan pengamatan peneliti dalam bentuk fakta yang digunakan dalam penyusunan informasi berupa teks maupun gambar yang diolah dengan baik sehingga memperoleh hasil tertentu. Dalam penelitian ini data yang digunakan ada dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung melalui sumbernya yang kemudian diolah sendiri oleh pihak yang bersangkutan untuk dimanfaatkan.¹⁶ Dalam penelitian ini data primer diperoleh secara langsung pada saat melakukan penelitian di lapangan, baik melalui wawancara maupun observasi dengan para informan atau narasumber yang telah dipilih penulis. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui perantara atau melalui pihak lain yang bukan pengelolanya tetapi dimanfaatkan dalam penelitian tertentu.¹⁷ Data sekunder dalam penelitian ini juga dapat diperoleh melalui sumber-

¹⁶ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2009), 15

¹⁷ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian, Public Relations Dan Komunikasi* (2006), 132

sumber lain seperti buku, majalah, dokumentasi, dan sebagainya yang berkaitan dengan profil radio, sejarah, visi misi, struktur organisasi, maupun beberapa data informasi lainnya.

2. Sumber Data

Sumber data yang terdapat dalam penelitian adalah subyek untuk menyampaikan dari mana suatu data diperoleh. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan ada dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer dari penelitian ini diperoleh melalui wawancara dengan pemilik atau pimpinan radio, pimpinan manajemen, serta karyawan Radio Aswaja FM Ponorogo. Sedangkan sumber data sekunder dari penelitian ini diperoleh dari buku, jurnal, arsip-arsip, dokumentasi, dan sumber lainnya yang masih relevan dengan penelitian ini.

d. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu metode atau cara untuk mengumpulkan data atau informasi mengenai masalah penelitian yang diteliti. Teknik pengumpulan data juga sebagai sesuatu yang penting dalam penelitian berupa data utuh sehingga mendapatkan hasil yang valid. Dalam penelitian ini Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

a) Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara sistematis dan disengaja melalui proses pengamatan dan

pencatatan terhadap gejala yang sedang diselidiki.¹⁸ Observasi biasanya akan fokus untuk menjelaskan dan mendeskripsikan suatu fenomena tertentu untuk dijadikan bahan riset. Observasi adalah sebuah metode dalam mengamati secara langsung sesuatu atau obyek yang akan diteliti.¹⁹ Oleh karena itu, selanjutnya penulis akan melakukan penelitian dengan cara mengamati secara langsung untuk melihat perubahan fenomena sosial yang sedang berkembang terutama yang berkaitan dengan pelaksanaan konvergensi media Radio ASWAJA FM Ponorogo. Observasi ini dilakukan dengan tujuan agar didapatkan data yang kongkrit berdasarkan apa yang diharapkan oleh penulis.

b) Wawancara

Wawancara merupakan suatu proses untuk mengumpulkan data dengan cara melakukan aktivitas bertanya jawab dengan seorang narasumber atau informan tertentu yang dipilih oleh penulis. Biasanya penulis akan memberikan beberapa pertanyaan yang relevan berkaitan dengan permasalahan penelitian mengenai subjek penelitian secara jujur. Teknik wawancara yang dilakukan yaitu wawancara secara mendalam (*in-depth interview*) melalui proses mendapatkan keterangan untuk tujuan penelitian secara tatap muka antara pewawancara dengan narasumber tertentu dengan tujuan memperoleh keterangan mengenai konvergensi media oleh Radio Aswaja FM Ponorogo.

¹⁸ Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif* (Makassar: Syakir Media Press), 147

¹⁹ Rachmat Kriyantono, *Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2006), 64

c) Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan dari peristiwa-peristiwa yang pernah terjadi. Dokumentasi juga dapat dikatakan sebagai sebuah teknik pengumpulan data sekunder untuk mendukung berbagai sumber-sumber tertulis baik itu literatur, artikel, maupun jurnal. Dokumentasi biasanya berupa tulisan, gambar, ataupun karya seseorang. Data hasil temuan dari dokumentasi ini selanjutnya akan dipaparkan dengan beberapa hasil temuan baik dari penulis dan studi pustaka untuk kemudian dianalisis.

e. Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data dapat dilakukan jika penelitian sudah dilakukan dan peneliti sudah mendapatkan data secara lengkap. Dalam penelitian ini data yang diolah didapatkan dari hasil observasi peneliti di Radio Aswaja FM. Selanjutnya nantinya wawancara dilakukan dengan narasumber yaitu direktur radio, kepala program, dan kepala penyiar. Kemudian data yang didapatkan dari hasil observasi dan wawancara diolah dengan cara mengelompokkan data yang relevan dan yang tidak relevan dengan penelitian yang dilakukan. Hasil dari pemilihan dan pengolahan data tersebut selanjutnya dicari kesimpulannya.

f. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif karena lebih banyak paparan yang bersifat uraian dari hasil wawancara maupun

dokumentasi. Data yang didapat selanjutnya akan dianalisis secara deskriptif. Teknik analisis data sendiri terbagi menjadi 4 langkah yaitu sebagai berikut²⁰:

- 1) Pengumpulan data (*Data Collection*) merupakan bagian integral dari kegiatan analisis data.
- 2) Reduksi Data (*Data Reduction*) adalah proses pemilihan, pemusatan, perhatian pada penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data kasar yang diperoleh di lapangan studi.
- 3) Penyajian Data (*Data Display*) adalah pendeskripsian sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif. Penyajiannya juga dapat berbentuk matrik, diagram, tabel dan bagan.
- 4) Verifikasi dan Penegasan Kesimpulan (*Conclusion Drawing And Vertification*) Merupakan kegiatan akhir dari analisis data. Penarikan kesimpulan berupa kegiatan interpretasi, yaitu menemukan makna data yang telah disajikan.

g. Pengecekan Keabsahan Data

Uji keabsahan data atau validitas data temuan adalah langkah pengujian data dalam penelitian kualitatif. Pengujian keabsahan data dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan ketekunan dalam pengamatan. Hal ini bertujuan untuk

²⁰ Salim dan Carolina, *Teori dan Pardigma Penelitian Sosial* (Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya, 2001), 22-23

menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur yang relevan dengan persoalan yang sedang dicari dan fokus pada hal tersebut secara rinci.

Triangulasi merupakan teknik pengumpulan data dengan menggabungkan beberapa dari teknik pengeumpulan data serta sumber data untuk menjadi satu kesatuan yang saling melengkapi. Jika penulis menggunakan teknik triangulasi untuk mengumpulkan data, maka penulis juga dapat sekaligus melakukan pengujian keabsahan data tersebut. Dalam penelitian ini nantinya penulis akan menggunakan Teknik pengumpulan data triangulasi dimana untuk menguji keabsahan data dilakukan dengan mengecek sumber data yang sama dengan teknik berbeda. Misalnya seperti data yang diperoleh dari hasil wawancara selanjutnya akan dicek kembali dengan teknik observasi ataupun juga dengan teknik dokumentasi dan sebaliknya.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini, penulis membagi sistematika pembahasaa dalam beberapa bab. Setiap babnya saling berhubungan dan memiliki keterkaitan dengan yang lainnya. Berikut gambaran sistematika prmbahasan dalam penelitian ini:

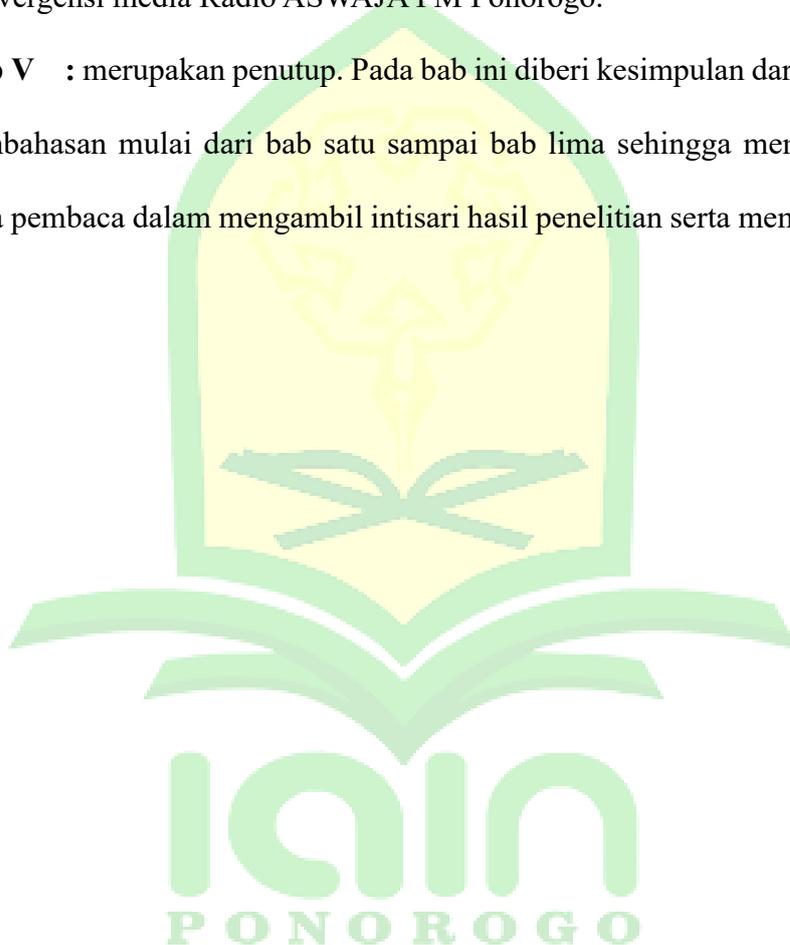
Bab I : merupakan Pendahuluan. Pada bab ini nantinya dipaparkan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II : merupakan landasan teori. Pada bab ini nantinya dipaparkan mengenai teori konvergensi radio dan teori POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*).

Bab III : merupakan gambaran umum. Pada bab ini dipaparkan mengenai data umum berupa deskripsi umum subyek penelitian dan data khusus berupa pemaparan data hasil penelitian, seperti profil, dan gambaran umum Radio Aswaja FM Ponorogo.

Bab IV : merupakan temuan dan analisa data yang berisi strategi konvergensi media Radio ASWAJA FM Ponorogo.

Bab V : merupakan penutup. Pada bab ini diberi kesimpulan dari rangkaian pembahasan mulai dari bab satu sampai bab lima sehingga mempermudah para pembaca dalam mengambil intisari hasil penelitian serta memberi saran.



BAB II

KAJIAN TEORI MANAJEMEN KONVERGENSI RADIO ASWAJA FM PONOROGO DI ERA *NEW MEDIA*

A. Radio

a) Pengertian Radio

Radio adalah sebuah teknologi untuk mengirimkan sinyal dengan modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik) yang melintas dan merambat melalui udara dan juga melalui ruang angkasa yang hampa udara karena tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara).¹

Sejarah radio diawali dengan adanya penemuan-penemuan pada bidang fisika di abad ke-XIX Masehi. Awalnya radio dibuat dengan bentuknya yang besar dan tidak menarik serta sulit untuk digunakan karena memerlukan baterai yang besar. Dengan demikianlah maka dalam prosesnya dibutuhkan pengetahuan tentang elektronik yang baik dan penuh ketkunan. Hingga pada tahun 1926 ada perusahaan manufaktur radio yang mampu memperbaiki dan mengembangkan kualitas radio dengan menggunakan teknologi listrik di rumah yang praktis dengan hanya menggunakan dua knop untuk mendapat sinyal dan antenna dengan bentuk seperti furnitur. Selanjutnya pada tahun 1925-1930 sudah ada sekitar 17 juta pesawat radio yang terjual ke masyarakat dan keberhasilan

¹ Asep Syamsul dan Muhammad Romli, *Dasar-Dasar Siaran Radio*, (Bandung: Nuansa, 2009), 12

tersebut yang kemudian menjadi era dimulainya radio menjadi media massa.²

Teknologi media saat ini telah berkembang dengan pesat seiring dengan kemajuan globalisasi. Radio juga merupakan salah satu media lama yang ikut berkembang dengan teknologi digital dalam era digital sebagai *new media*. Di era digital siaran radio tetap menggunakan media analog, tetapi sudah dapat memutar musik yang direkam dengan perekam digital. Hal ini yang kemudian menunjukkan bahwa media lama telah merespon inovasi digital melalui caranya sendiri. Awalnya sinyal radio ditransmisikan melalui gelombang data yang kontinu baik melalui amplitudo (AM), maupun frekuensi modulasi (FM). Metode pengiriman sinyal seperti inilah yang disebut sebagai analog. Kemudian seiring perkembangannya ditemukanlah internet dan sinyal digital yang dapat mengubah cara transmisi sinyal radio.³

Radio merupakan bagian dari media komunikasi massa (*mass communication*), yang memiliki karakter seperti publisitas (dapat diakses atau dikonsumsi publik), universalitas (pesannya bersifat umum), dan kontinuitas (berkesinambungan atau terus-menerus), serta aktualitas (berisi hal baru, seperti informasi atau laporan peristiwa terbaru).⁴ Radio juga memiliki beberapa fungsi yaitu selain sebagai kontrol sosial, sebagai

² Morissan, *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), 3

³ Ardianto Elvinaro, *Komunikasi Massa* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 1986), 117-119.

⁴ Asep Syamsul dan Muhammad Romli, *Dasar-Dasar Siaran Radio*, (Bandung: Nuansa, 2009), 14.

sarana informasi, hiburan, mendidik dan persuasi. Kekuatan daya tembus dan daya tarik radio langsung kepada para pendengarnya karena bersifat imajinatif, auditori (mengandalkan pendengaran dalam menerima informasi), akrab, dan berisi gaya percakapan.

b) Sejarah Radio

Sejarah radio adalah sejarah teknologi yang menghasilkan peralatan radio yang menggunakan gelombang radio. 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.

Stasiun radio pertama kali muncul ketika seorang ahli teknik bernama Frank Conrad di Pittsburgh AS (1920), secara iseng menyiarkan lagu-lagu, mengumumkan hasil pertandingan olahraga dan menyiarkan instrumen musik yang dimainkan putranya sendiri melalui pemancar radio di garasirumahnya. Stasiun Conrad itu kemudian diberi nama KDKA dan masih mengudara hingga saat ini serta menjadikannya sebagai stasiun radio tertua di Amerika dan mungkin dunia.

Menyusul keberhasilan Frank Conrad, stasiun radio lainnya bermunculan dan mulai menyiarkan program informasi dan hiburan yang diproduksi sendiri. Namun, karena alasan anggaran untuk biaya produksi yang besar maka kondisi ini menimbulkan gagasan untuk

mengadakan sistem jaringan. Perusahaan penyiaran *National Broadcasting Company (NBC)* adalah yang pertama kali membangun sistem jaringan pada tahun 1926. Setelah kemunculan sistem jaringan, pada tahun 1930-an Edwin Howad Armstrong berhasil menemukan radio yang menggunakan Frekuensi Modulasi (FM). Radio Armstrong berbeda dengan radio kebanyakan yang masih menggunakan frekuensi AM.⁵

c) Keunggulan Radio

Adapun keunggulan yang dimiliki radio antara lain:

- 1) Bersifat langsung, berarti tanpa melalui proses yang panjang, radio sudah dapat menyampaikan pesan secara langsung kepada khalayak pendengar.
- 2) Siaran radio tidak mengenal jarak dan rintangan (daya tembus), artinya radio memiliki daya tembus yang luar biasa ke segala arah tanpa memperhitungkan tempat, ruang, jarak, dan waktu.
- 3) Memiliki daya pengaruh artinya radio siaran memengaruhi khalayak pendengar karena hiburan musiknya, suara penyiaran dan acara-acara yang disiarkan oleh radio.⁶

d) Kelemahan Radio

Sedangkan kelemahannya sebagai berikut:

⁵ Winda Kustiawan, "Sejarah Singkat Radio, Format, Perangkat Siaran, Revolusi, Serta Keunggulan dan Kelemahannya," *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi*, Vol 2 No. 3 (November, 2022), 86–87.

⁶ *Ibid*, 90

- 1) Bersifat *einmalig* (sekali jalan), artinya sekali pemberitaan itu disampaikan, berarti sudah hilang dan tidak dapat didengar lagi.
- 2) Terkait oleh waktu, artinya sekali aspek itu diucapkan berarti sudah lepas dari sumbernya dan tidak dapat dikoreksi lagi, serta mempunyai waktu-waktu tertentu dalam menyiarnya.⁷

e) Tantangan Radio

Seiring dengan perkembangan zaman, tentunya hal ini juga disusul dengan perkembangan teknologi yang digunakan untuk menghadapi era konvergensi juga harus semakin pesat. Radio harus dapat berinovasi dengan mengikuti perkembangan zaman, agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Era konvergensi membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan informasinya. Tantangan demi tantangan pada era konvergensi pun semakin banyak. Munculnya era konvergensi saat ini berkaitan dengan pesatnya perkembangan *new media* atau internet dengan penggunaan gadget.⁸

Banyaknya pengguna internet di era konvergensi media menjadi salah satu budaya populer yang digandrungi oleh masyarakat Indonesia karena kebanyakan masyarakat kini bergantung pada internet sebagai salah satu sumber informasi arus utama sehingga menggeser posisi radio. Saat ini radio dianggap jauh ketinggalan zaman dibandingkan dengan berbagai

⁷ Winda Kustiawan, "Sejarah Singkat Radio, Format, Perangkat Siaran, Revolusi, Serta Keunggulan dan Kelemahannya," *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi*, Vol 2 No. 3 (November, 2022), 90

⁸ Supadiyanto, *Pengantar Jurnalisme Konvergen*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020), 182-183

bentuk *new media* lainnya dan seiring perkembangan teknologi radio juga mengalami banyak perubahan. Radio yang sebelumnya merupakan media konvensional kini berubah menjadi media konvergensi. Hal itulah yang kemudian menjadikan radio memiliki tantangan sehingga bersaing dengan media massa lainnya. Selain itu, masyarakat adalah salah satu faktor yang mempengaruhi perubahan tantangan-tantangan yang dihadapi radio karena masyarakat akan cenderung memilih radio sesuai kebutuhan.⁹

Perkembangan internet saat ini juga menjadi sebuah tantangan besar bagi radio karena banyak masyarakat yang lebih memilih menggunakan internet karena dianggap lebih mudah diakses secara audio maupun visual tidak hanya audionya saja. Tantangan radio yang lain, juga ada pada masalah biaya, di mana 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.¹⁰

⁹ [Tantangan Radio di Indonesia – Journalism Diary](#), diakses pada tanggal 14 Maret 2024 pukul 11.50 WIB

¹⁰ C. Suprpti Dwi Takariani, “Eksistensi Media Lokal di Era Konvergensi,” Ilmu Komunikasi, 1 (2013), 27-28

Dengan berbagai fenomena tantangan tersebut, maka perlu adanya sebuah strategi untuk dapat terus mempertahankan eksistensi radio sebagai media massa dan media komunikasi masyarakat di tengah konvergensi media. Strategi tersebut dapat dilakukan melalui factor internal bagaimana komitmen dan Kerjasama yang baik dalam tim untuk membuat program siaran radio yang menarik dan berpengaruh pada kualitas dan kinerja suatu radio. Oleh karena itulah, selanjutnya proses pengelolaan radio akan mengalami tantangan yang cukup besar bagi Perusahaan media khususnya industry radio di Indonesia, maka sangat diperlukan adanya inovasi dan kreatifitas di tengah konvergensi media saat ini.

B. Konvergensi Media

Kata konvergensi sendiri menurut KBBI berarti sesuatu keadaan menuju satu titik pertemuan yang bersifat memusat.¹¹ Konvergensi berasal dari kata bahasa Inggris yaitu “*Convergence*” yang berarti suatu tindakan yang pertemuan atau penyatuan di suatu tempat, atau dapat diartikan sebagai pemusatan pandangan mata ke suatu tempat yang dekat. Secara umum konvergensi merupakan penyatuan layanan, teknologi komunikasi dan informasi.¹² Sedangkan media adalah sesuatu yang digunakan sebagai sarana penghubung atau perantara untuk menyampaikan informasi maupun hiburan dari pengirim kepada penerima informasi (komunikasi).¹³

¹¹ <https://kbbi.web.id/konvergensi>. Diakses pada tanggal 5 Desember 2024 pukul 21.35 WIB

¹² Irwansyah & Ahmad Mulyana, *Reposisi Konvergensi dalam Dinamika Konvergensi* (Jakarta: 2012), 590

¹³ Nidaul Ma'rifah, *Aktivitas Dakwah Melalui Konvergensi Media Di Suara Muslim Surabaya* (Skripsi UIN Sunan Ampel, 2018), 20

Konvergensi adalah penggabungan atau pengintegrasian media-media berteknologi yang memiliki fungsi baru untuk memudahkan seseorang dalam berkomunikasi menggunakan media telepon gengam atau handphone yang digabungkan dengan perekam video yang selanjutnya menghasilkan sebuah kemajuan teknologi yang di kenal sebagai *video call*. *Video call* memiliki fungsi untuk memudahkan seseorang dalam berkomunikasi.¹⁴ Konten yang berkombinasi antara teks, audio, video dikonvergensi pada satu teknologi media internet menggunakan jaringan satelit.

Menurut Grant dan Wilkinson, pengertian umum mengenai konvergensi media merupakan “sesuatu yang datangnya bersamaan dari dua atau lebih hal-hal” meskipun belum begitu jelas apa yang dating dan apa yang dimaksud. Di sisi lain, konvergensi dapat dilihat sebagai suatu proses “penyatuan perangkat dan alat yang berbeda untuk menghasilkan dan mendistribusikan suatu pesan”.¹⁵ Sedangkan menurut Henry Jenkins, konvergensi merupakan suatu aliran konten dari beberapa platform media yang diintegrasikan dalam konvergensi budaya sebagai interaksi dari media baru dan tradisional.¹⁶

Konvergensi media hadir dikarenakan adanya faktor fragmentasi audiens, tersediannya teknologi digital yang relatif murah dan adanya perubahan dalam struktur sosial maupun hukum sehingga memungkinkan adanya pertukaran

¹⁴ Werner J Severin, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, Dan Terapan Di Dalam Media Massa* (Jakarta: Kencana, 2011), 460

¹⁵ Sri Sedianingsih, “Konvergensi di Era Digital (Eksplorasi Media Komunikasi dalam Proses Belajar Mengajar di Era Digital),” *Jurnal Pendidikan Terbuka Jarak Jauh*, Vol. 19, No. 1, (2018), 54

¹⁶ Henry Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media* (New York: New York University Press, 2006), 3

informasi dan kepemilikan secara lintas media. Konvergensi media menghadirkan cara baru dalam mendapatkan informasi maupun hiburan dengan mengoptimalkan penggunaan media baru.¹⁷ Kehadiran konvergensi media merupakan harapan besar bagi suatu perusahaan media untuk menjangkau audiens lebih luas yang terfragmentasi melalui berbagai media dan menggunakan media yang telah disediakan oleh perusahaan. Melalui cara ini selanjutnya informasi dapat mengalir dan dipertukarkan melalui media yang berbeda, sehingga teknologi yang pada mulanya berbeda dapat saling mempengaruhi dan bergabung menjadi satu.

a) Strategi Konvergensi Media

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu “*stratego*” yang memiliki arti merencanakan pemusnahan musuh lewat penggunaan sumber-sumber yang efektif.¹⁸ Pada hakikatnya, strategi merupakan sebuah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan yang tidak hanya sebagai penunjuk jalan saja tetapi juga harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Strategi sendiri bisa dikatakan sebagai keseluruhan keputusan kondisional mengenai suatu tindakan yang akan dijalankan dalam mencapai tujuan tertentu.

Konvergensi media telah merubah sistem dalam aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan media sehingga mengharuskan untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Dalam pengembangan bisnis perusahaan media,

¹⁷ Stephen Quin & Vincent Filak, *Convergent Journalism: An Introduction*, (Oxford: Focal Press, 2005), 7-9

¹⁸ Azhar Arsyad, *Pokok-Pokok Manajemen* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), 26

konten media yang disajikan harus diperkuat dengan strategi 3M yang sekaligus menjadi unsur dari konvergensi media. Strategi 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 mengonsumsi 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.¹⁹

b) Dimensi Konvergensi Media

Terdapat lima dimensi konvergensi yang dikemukakan oleh Rich Gordon, yaitu:

- 1) *Ownership convergence*, konvergensi ini mengacu pada kepemilikan perusahaan media skala besar di beberapa media yang berbeda, seperti Perusahaan media cetak, media online, dan media penyiaran.

¹⁹ Deby Rizky Susilo, *Pengaruh Konvergensi Media Massa Terhadap Kepuasan Pelanggan Lampungpost.id* (Skripsi Universitas Lampung, 2019), 27-28.

- 2) *Tactical convergence*, konvergensi ini merupakan kolaborasi dengan menerapkan *cross-marketing* (promosi silang) dan berbagai informasi yang berasal dari media yang konvergen. Misalnya seperti acara khusus di surat kabar yang diiklankan televisi atau sebaliknya, acara televisi khusus diiklankan surat kabar dan internet.
- 3) *Structural convergence*, konvergensi ini memerlukan restrukturisasi pembagian kerja dan struktur organisasi pada media yang telah menjadi bagian konvergensi tersebut dan struktur organisasi serta uraian tugas (*job description*) yang lengkap.
- 4) *Information gathering convergence*, konvergensi ini terjadi ketika jurnalis sering disebut sebagai *backpack journal*, di mana jurnalis dengan kemampuan bekerja di lebih dari satu jenis media diharapkan mampu mengumpulkan informasi lintas platform yang berbeda dan mampu mengolah serta mempresentasikannya. Jurnalis harus melaporkan hasil liputannya di berbagai platform, seperti media cetak, televisi, maupun online.
- 5) *Strorytelling convergence*, konvergensi ini membutuhkan kemampuan jurnalis untuk mengemas berita sesuai dengan segmen pasar media dan melengkapinya dengan foto, video, dan grafik.²⁰

²⁰ Sulvinajayanti, *Manajemen dan Konvergensi Media Penyiaran* (Makassar: Aksara Timur, 2018), 167

c) Dampak Konvergensi Media

Menurut Dudi Iskandar, konvergensi media tidak hanya berpengaruh pada proses perubahan jurnalistik, tetapi juga berkaitan dengan berbagai aspek kehidupan masyarakat yang mencakup pola konsumsi media, persepsi publik, penyebaran informasi, dan literasi media. Contoh nyata adanya proses konvergensi media di Indonesia dilakukan oleh media Kompas yang awalnya hadir dalam bentuk media cetak, yakni koran. Kemudian melakukan konvergensi media, sehingga manajemen Kompas mulai meluncurkan portal berita Kompas.com, channel Youtube Kompas TV, serta e-paper Kompas.

Kehadiran media dalam bentuk online seperti Kompas.com, Tribunnews.com, atau media daring lainnya menyebabkan pola konsumsi berita masyarakat juga ikut berubah. Masyarakat kini dapat mengakses informasi melalui gadget, membagikan ke orang lain, hingga dapat berdiskusi mengenai pemberitaan yang sedang aktual. Adanya konvergensi ini juga menyebabkan kompetisi antar media semakin tinggi dan ketat. Kini perusahaan media harus berlomba-lomba dalam membagikan informasi berita dengan mengutamakan kecepatan hingga diferensiasi konten. Sederhananya, konvergensi media tidak hanya berdampak pada proses jurnalistik dan perusahaan media saja tetapi juga kehidupan masyarakat mulai dari pola konsumsi berita hingga pentingnya literasi media saat ini.²¹

²¹ Konvergensi Media: Pengertian dan Dampaknya, [Warta Perpustakaan](#). Diakses pada tanggal 1 April 2024 pukul 04.32 WIB

d) *New Media*

Teori *new media* merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Dalam teori *new media*, terdapat dua pandangan. Pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang *world wide web* (www) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka. Fleksibel dan dinamis yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru. Pandangan kedua yaitu pandangan integrasi sosial, yang merupakan gambaran media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya, tetapi dalam bentuk ritual, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrumen informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyuguhkan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki.²²

New media atau media online didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital. Definisi lain media online adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media di dalamnya, dimana beberapa media dijadikan satu. *New media* merupakan

²² Novi Herlina, "Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat," *Jurnal Risalah* Vol. 4, No. 2, (Oktober 2017), 9

media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik.²³

Lev Manovich dalam bukunya yang berjudul *The New Media Reader* mengatakan bahwa bahwa media baru adalah objek budaya dalam sebuah paradigma baru dari dunia media masa dalam masyarakat. *New media* memungkinkan adanya penyebaran yang dilakukan oleh teknologi komputer dan data digital yang dikendalikan oleh model-model aplikasi. Media baru mengalami pembaharuan dalam model penyebaran informasi yang memanfaatkan teknologi jaringan perangkat.²⁴

McQuail membuat pengelompokan media baru menjadi empat kategori: pertama, media komunikasi interpersonal yang terdiri dari telepon, handphone, email. Kedua, media bermain interaktif seperti computer, videogame, permainan dalam internet. Ketiga, media pencarian informasi yang berupa portal/ search engine. Keempat, media partisipasi kolektif seperti penggunaan internet untuk berbagi dan pertukaran informasi, pendapat, pengalaman dan menjalin melalui computer dimana penggunaannya tidak semata-mata untuk alat namun juga dapat menimbulkan afeksi dan emosional.²⁵

²³ Fanny Aulia Putri, "Opini Siswa Terhadap Tindakan Cyberbully Di Media Sosial," *Jurnal Risalah*, (2014), 3

²⁴ Wardrip-Fruin, Noah, and Nick Montfort, *The New Media Reader* (London, England: The MIT Press, 2003)

²⁵ Novi Kurnia, "Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi Terhadap Teori Komunikasi," *Jurnal Risalah* No. 56/DIKTI/Kep/2005, 292-294

C. Manajemen Konvergensi Media

Menurut George R. Terry ada 4 fungsi manajemen yang dikenal dengan istilah POAC, yaitu *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (pengarahan/penggerakan), *controlling* (pengawasan).²⁶

1. *Planning* (perencanaan)

Perencanaan merupakan fungsi manajemen yang paling dasar karena meliputi penyeleksian di antara bagian pilihan dari suatu tindakan.²⁷ Perencanaan ialah kegiatan yang akan dilakukan di masa yang akan datang untuk mencapai tujuan.²⁸ Perencanaan dilakukan melalui empat tahapan, di antaranya:

- a. Menetapkan sasaran dan tujuan
- b. Menentukan keadaan, situasi dan kondisi saat ini
- c. Mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat
- d. Mengembangkan dan menjabarkan rencana²⁹

2. *Organizing* (pengorganisasian)

Pengorganisasian adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk mengatur berbagai macam kegiatan, menetapkan tugas dan wewenang serta mendelegasikannya kepada karyawan untuk mencapai tujuan perusahaan. Pengorganisasian berfungsi untuk menyingkronkan dan mengatur segala kegiatan yang berkaitan dengan personil, finansial, material dan tata cara dalam

²⁶ Mulyono, *Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidikan* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), 22-23

²⁷ Koontz-O'Donnell, *Principles of Management: An Analysis of Managerial Functions*, (New York: McGraw Hill Book Company, 1968), 111

²⁸ Husaini Usman, *Manajemen, Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), Cet. 1, 49

²⁹ E. Siregar, *Pengantar Manajemen dan Bisnis*, (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021), 19-20

mencapai tujuan yang telah ditetapkan.³⁰ Pengorganisasian sebagai proses membagi kerja ke dalam tugas-tugas yang lebih kecil, membebaskan tugas-tugas itu kepada orang yang sesuai dengan kemampuannya, dan mengalokasikan sumber daya, serta mengkoordinasikannya dalam rangka efektivitas pencapaian tujuan organisasi.³¹

Pengorganisasian dilakukan melalui beberapa prosedur, di antaranya:

1. Membuat perincian tugas yang harus dilaksanakan
 2. Membagi beban pekerjaan total menjadi beban pekerjaan yang rasional untuk diselesaikan oleh individu agar pekerjaan dapat dijalankan dengan efektif dan mengurangi pengeluaran biaya yang tidak perlu.
 3. Mengadakan suatu sistem koordinasi antar karyawan agar hubungan kerja lebih harmonis dan meminimalisir terjadinya konflik.³²
3. *Actuating* (pengarahan/penggerakan)

Penggerakan/pengarahan adalah fungsi manajemen yang terpenting dan paling dominan dalam proses manajemen. Fungsi ini baru dapat diterapkan setelah rencana, organisasi, dan karyawan ada. Jika fungsi ini diterapkan maka proses manajemen dalam merealisasi tujuan dimulai.

Actuating atau pengarahan adalah kegiatan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan melalui pengarahan keseluruhan bagian dalam

³⁰ Neni Utami, Muhammad Yoga Aditia, Binti Nur Aisyah, "Penerapan Manajemen POAC (*Planning, Organizing, Actuating dan Controlling*) Pada Usaha Dawet Semar di Kabupaten Blitar," *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, Vol.2, No.2 (Mei, 2023), 40-41.

³¹ Nanang Fattah, *Landasan Manajemen Pendidikan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), Cet. 9, 71

³² Neni Utami, Muhammad Yoga Aditia, Binti Nur Aisyah, "Penerapan Manajemen POAC (*Planning, Organizing, Actuating dan Controlling*) Pada Usaha Dawet Semar Di Kabupaten Blitar," *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, Vol.2, No.2 (Mei, 2023), 41

perusahaan agar mau bekerjasama dalam melaksanakan kegiatan secara efektif dan efisien dengan berpedoman pada perencanaan dan pengorganisasian. Pengarahan dilakukan dengan memberikan berbagai pengarahan kepada karyawan agar melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawabnya sebagai upaya dalam menjadikan perencanaan menjadi kenyataan. *Output* dari suatu perusahaan akan nyata adanya apabila dilakukan implementasi rencana dan pengorganisasian lewat pengarahan, penggerakan atau usaha untuk *action*. Empat elemen dalam pengarahan yaitu:

- a. *Coordinating*, yakni kegiatan pengkomunikasian untuk menyelaraskan perbedaan kepentingan untuk mencapai tujuan
 - b. *Motivating*, yakni pemberian motivasi berupa pemenuhan fasilitas dan gaji yang sesuai untuk mengoptimalkan kinerja karyawan
 - c. *Communication*, yakni jalinan komunikasi yang baik antara atasan dan bawahan untuk menciptakan suasana kerja yang harmonis dan kondusif demi menumbuhkan teamwork yang solid
 - d. *Commanding*, yakni menghindari tindakan sewenang wenang dalam mendelegasikan perintah dari pihak manajerial kepada karyawan dengan memperhitungkan setiap langkah dan risiko yang akan ditanggung.³³
4. *Controlling* (pengawasan)

Pengawasan adalah peninjauan kemajuan terhadap pencapaian hasil akhir dan pengambilan tindakan pembetulan ketika kemajuan tersebut tidak

³³ Neni Utami, Muhammad Yoga Aditia, Binti Nur Aisyah, "Penerapan Manajemen POAC (*Planning, Organizing, Actuating dan Controlling*) Pada Usaha Dawet Semar di Kabupaten Blitar," *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, Vol.2, No.2 (Mei, 2023), 41-42

terwujud.³⁴ Pengawasan/pengendalian adalah fungsi yang harus dilakukan manajer untuk memastikan bahwa anggota melakukan aktivitas yang akan membawa organisasi ke arah tujuan yang ditetapkan.

Pengawasan dan pengendalian memiliki beberapa kegiatan, diantaranya:

1. Mengevaluasi pencapaian kinerja
2. Evaluasi dan koreksi atas terjadinya penyimpangan
3. Pencarian dan pelaksanaan alternatif solusi atas hambatan dalam pencapaian tujuan³⁵

Kegiatan pengendalian membawa beberapa manfaat bagi perusahaan, diantaranya:

1. Mengetahui terjadinya penyimpangan
2. Mengetahui sebab terjadinya penyimpangan
3. Mengetahui sejauh mana program kegiatan telah dilaksanakan
4. Mengetahui apakah sumberdaya yang tersedia cukup dan dimanfaatkan dengan efektif dan efisien
5. Mengetahui karyawan mana yang harus diapresiasi atau diberikan pelatihan³⁶

³⁴ Chuck Williams, *Management*, (United States of America: South-Western College Publishing, 2000), 7

³⁵ Neni Utami, Muhammad Yoga Aditia, Binti Nur Aisyah, "Penerapan Manajemen POAC (*Planning, Organizing, Actuating dan Controlling*) Pada Usaha Dawet Semar di Kabupaten Blitar," *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, Vol.2, No.2 (Mei, 2023), 43

³⁶ *Ibid*, 44

BAB III

PAPARAN DATA MANAJEMEN KONVERGENSI RADIO ASWAJA FM PONOROGO DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI ERA *NEW MEDIA*

A. Paparan Data Umum Manajemen Konvergensi Radio Aswaja FM Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era *New Media*

1. Sejarah Radio Aswaja FM

Radio adalah salah satu media massa yang cukup diminati masyarakat Indonesia karena berperan untuk menyampaikan pesan baik berupa informasi, edukasi, maupun hiburan secara luas. Tidak dapat dipungkiri bahwa hal tersebut yang membuat radio masih tetap ada dan bertahan hingga saat ini meskipun mengalami berbagai gempuran dengan hadirnya *new media* yang semakin berkembang dan mengalami penurunan peminat yang cukup banyak. Radio masih mampu bersaing dan tetap eksis di Tengah kehadiran *new media* saat ini.

Salah satu media massa yang saat ini masih bertahan dan tetap eksis di wilayah Kabupaten Ponorogo yaitu PT. Radio Aswaja FM. Radio Aswaja FM merupakan stasiun radio milik Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama' (PCNU) Ponorogo yang beralamatkan di Kantor PCNU Ponorogo Lantai III, Jalan KH Ahmad Dahlan No. 60, Desa Bangunsari, Kecamatan Ponorogo, Kabupaten Ponorogo. Radio Aswaja FM mengudara melalui frekuensi 100,9 MHz yang dapat didengarkan di wilayah Kabupaten Ponorogo dan sekitarnya. Kini siaran dari Radio Aswaja tidak hanya dapat didengarkan melalui radio saja tetapi juga dapat diakses dari website, platform media sosial seperti Facebook, Youtube,

Instagram maupun aplikasi Aswaja FM Ponorogo sendiri yang dapat diunduh dari Play Store.¹

Radio Aswaja FM hadir di tengah-tengah masyarakat Ponorogo sebagai media dakwah Islam dalam rangka menyebarkan informasi, ilmu pengetahuan, kajian keislaman, kebudayaan juga kemasyarakatan. Hal tersebut dilakukan Radio Aswaja FM dalam rangka mewujudkan Islam yang *rahmatan lil `alamin* yaitu penuh kasih sayang dan membawa kedamaian bagi manusia dan alam semesta. Dengan begitu maka masyarakat akan saling toleransi, moderat, saling mengasihi, dan saling menghormati satu dengan yang lainnya. Oleh karena itulah Radio Aswaja FM menggunakan slogan resminya yang menjadi ciri khas dari radio ini sehingga berbeda dengan radio lain yaitu “*Menyapa Umat Dengan Islam Rahmatan Lil `Alamin*”.

Sejak berdiri dan disahkan tanggal 30 Desember tahun 2012 silam hingga sekarang banyak sekali dinamika dan proses panjang yang sudah dialami Radio Aswaja. Pada awalnya dahulu radio tersebut didirikan berangkat dari fenomena adanya radio yang menyebarkan paham radikal dan menyerang ideologi khususnya bagi warga nahdliyin. Radio tersebut yaitu Radio Idzaatul Khoir milik kaum Wahabi. Saat itu konten-konten maupun program-program yang disajikan oleh Radio Idzaatul Khoir tersebut sangat meresahkan, menyerang, dan mengancam tradisi serta amaliyah Nahdlatul Ulama` (NU). Akhirnya pada era awal kepemimpinan Kyai Fatchul Azis sebagai Ketua PCNU Ponorogo

¹ <https://aswajafm.nuonorogo.or.id/>, PROFIL RADIO ASWAJA FM PONOROGO. Diakses tanggal 24 Oktober 2024.

muncul sebuah gagasan dari para pengurus PCNU saat itu untuk memerangi syiar-syiar yang disebar oleh Radio Idzaatul Khoir. Dengan itu maka kemudian didirikan radio milik PCNU Ponorogo yang tentunya akan menjadi sarana dakwah Islam dengan damai dan penuh kasih sayang bagi seluruh umat serta alam semesta. Hal tersebut sesuai dengan slogan Radio Aswaja “*Menyapa Dengan Islam Rahmatan Lil `Alamin*”.

Penamaan “*Aswaja*” dan slogan “*Menyapa Umat Dengan Islam Rahmatan Lil `Alamin*” berdasarkan usulan dari Kyai Fatchul Azis dengan alasan Ahlu Sunnah Wal Jama’ah (*Aswaja*) An-Nahdliyah sendiri merupakan ideologi yang dianut oleh warga nahdliyin dan dalam organisasi NU para penganutnya diajarkan untuk senantiasa *rahmatan* (menyayangi dan mengasihi) dan *lil `alamin* (bagi semesta alam). Sedangkan untuk lambang atau logo dari Radio Aswaja FM sendiri dibuat oleh Bapak Noor Abidin yang saat itu menjabat sebagai bagian Marketing dan Teknis. Logo tersebut dibuat berdasarkan perintah Kyai Muhatim Hasan (Ketua PCNU Ponorogo sebelum Kyai Fatchul Azis) yang saat itu juga ikut andil dalam proses pendirian radio.

Meskipun Radio Aswaja FM secara kelembagaannya berdiri di bawah naungan organisasi NU tetapi orang-orang yang terlibat atau masuk dalam struktural radio tersebut tidak seluruhnya dari kalangan NU ataupun pengurus PCNU. Hal tersebut berkaitan dengan proses pendirian dan pelegalan PT. Radio Aswaja FM di bawah pimpinan Bapak Agus Khoirul Hadi sebagai Direktur dikarenakan jika dinyatakan stasiun radio dinaungi sebuah organisasi makan akan lebih rumit. Dengan demikian dalam proses pendirian radio ini

PCNU berkerjasama dan melibatkan beberapa pihak yang berperan sebagai pengembang (pendana) dan sebagai fasilitator (khususnya tempat). Akhirnya setelah beberapa usulan tempat berdasarkan kespakataan PCNU dan pengembang maka untuk lokasi radio diputuskan berada di kampus Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo dengan saham terbesarnya dipegang oleh CV. Srikandi Listrik milik Bapak Sugeng Al- Wahid. Di awal berdirinya saat itu operasional dan pembiayaan Radio Aswaja FM disupport oleh CV. Srikandi Listrik kurang lebih sampai 1,5 tahun yang setelahnya dilepas dan melakukan pembiayaan secara mandiri mengandalkan iklan.

Dahulu pada awalnya Radio Aswaja FM berkerjasama dengan Radio Gong FM yang dipimpin oleh Bapak Yuli dikarenakan CV. Srikandi Listrik memiliki saham di Gong FM. Oleh karena itu, masalah-masalah berkaitan dengan radio pada awalnya diserahkan kepada Gong FM karena sudah memiliki pengalaman dalam pengelolaan radio, sehingga PCNU Ponorogo memberikan kepercayaan langsung kepada Bapak Yuli untuk mendampingi aktivitas radio, sedangkan untuk program-program dihandle Bapak Noor Abidin. Selanjutnya setelah beberapa bulan mengudara dan banyak yang mengeluhkan siaran Radio Aswaja FM kurang menyeluruh dan sering terjadi gangguan maka mulai melakukan *upgrade* pemancar radio yang sampai sekarang berada di Desa Gajah, Kecamatan Sambit. Tujuan tersendiri dilakukannya hal tersebut adalah agar radio semakin besar, berkembang, dan dikenal oleh Masyarakat secara luas.

Selain mengudara secara *on air*, radio aswaja juga sering melakukan *live streaming* pada setiap *event-event* pengajian di wilayah Ponorogo dan sekitarnya. Hal tersebut dilakukan Radio Aswaja FM untuk membranding dan mengembangkan radio. Salah satu *event* pengajian ataupun majelis sholawat yang kerap mengadakan *live streaming* melalui Radio Aswaja FM adalah Mafia Sholawat yang didirikan oleh Gus Ali Gondrong. Hampir setiap event Mafia Sholawat di manapun pada saat itu selalu turut serta mengandeng Radio Aswaja FM untuk siaran langsung, agar jama'ah di manapun yang tidak hadir di lokasi juga dapat mengikutinya. Mafia Sholawat juga merupakan salah satu pengiklan atau pendukung dana Radio Aswaja FM yang cukup besar.

Pada tahun 2018 menjadi masa kelam dalam sejarah Radio Aswaja FM yang mengalami *collapse* karena sulit menyesuaikan diri dan bertahan sehingga keberadaannya lama-kelamaan akan kalah dengan adanya media-media baru (*new media*) yang saat ini juga mengalami perkembangan yang cukup pesat. Selama kurang lebih 5 tahun lamanya dari 2018 – 2023, Radio Aswaja FM berhenti mengudara dan beroperasi bahkan dapat dikatakan mati. Dalam hal berdirinya suatu stasiun radio banyak sekali faktor pendukung sehingga radio masih akan tetap hidup, bertahan, dan terus mengudara. Salah satu faktor pendukung berdirinya radio agar tetap eksis bertahan adalah berkaitan dengan *back up* atau dukungan di wilayah pembiayaan operasional dan perbaikan peralatan radio. Stasiun radio jika hanya mengandalkan iklan masuk maka pastinya akan kesulitan baik secara operasional maupun manajemennya apalagi kebutuhan pembiayaan radio juga cukup besar.

Pada tahun 2023 dikarenakan semangat para pengurus PCNU saat itu yang masih berada dibawah pimpinan Kyai Fatchul Azis periode kedua maka mereka menghendaki untuk kembali membangkitkan Radio Aswaja FM tentunya dengan berbagai inovasi-inovasi dan wajah baru. Tentunya dengan berbagai kronologi dan dinamika yang dihadapi, sudah direncanakan sejak lama jika Radio Aswaja FM nantinya akan kembali mengudara di Kantor PCNU Ponorogo yang pada saat itu sedang dalam proses Pembangunan gedung baru. Selama berdiri sejak 2012 hingga 2018 lalu Radio Aswaja juga sempat pindah studio dari INSURI ke Kantor NU Care LAZISNU Ponorogo. Selanjutnya setelah selesai pembagunan gedung baru Kantor PCNU selesai pada tahun 2023, maka mulai mempersiapkan kebutuhan-kebutuhan dalam proses pendirian kembali Radio Aswaja FM seperti halnya perizinan perusahaan. Bersamaan dengan hal tersebut terpilihlah Bapak Imam Syafii sebagai Direktur Radio yang meneruskan pimpinan sebelumnya.²

Dari 2023 hingga 2024 ini Radio Aswaja FM masih berusaha untuk terus menjadi kepercayaan masyarakat Ponorogo dan sekitarnya. Radio Aswaja FM juga selalu menyesuaikan diri dengan perkembangan media saat ini agar tidak kalah dan selalu eksis. Melalui media sosialnya hingga saat ini Radio Aswaja FM juga sudah mengalami kemajuan dan cukup dikenal oleh masyarakat. Radio Aswaja FM kini juga menyajikan siaran *on air* berbasis *live streaming* yang tentunya dapat diakses di mana saja, kapan saja, dan di mana saja asalkan memiliki jaringan internet karena sudah tersedia di berbagai platform digital

² Transkrip, 04/W/24/10/2024

seperti Facebook, Youtube, Instagram, TikTok serta aplikasi yang bisa langsung diunduh dari Play Store. Namun demikian tetap saja tidak bisa dibandingkan dengan kemajuan dan perkembangan Radio Aswaja FM dulu sebelum pesatnya digitalisasi seperti saat ini.

Tabel 3.1 : Deskripsi Instansi

Sumber : Dokumen Radio Aswaja FM

Nama Instansi	: PT. Radio Aswaja FM
Alamat	: Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 60, Desa Bangunsari, Kecamatan Ponorogo, Kabupaten Ponorogo
Direktur	: Imam Syafe`i
Telepon/Handphone	: 082334232299
Website	: https://aswajafm.nuonorogo.or.id/

2. Logo Radio Aswaja FM



Gambar 3.1 : Logo Radio Aswaja FM

Sumber : Dokumen Radio Aswaja FM

3. Struktur Organisasi Radio Aswaja FM



Gambar 3.2 : Struktur Organisasi Radio Aswaja FM

Sumber : Dokumen Radio Aswaja FM

4. Visi dan Misi Radio Aswaja FM

a. Visi

Sebagai media informasi dan media dakwah Islam sekaligus menjadi barometer radio bagi masyarakat khususnya warga nahdliyin di Ponorogo dalam menyebarkan nilai-nilai keislaman, kemasyarakatan, dan keilmuan.

b. Misi

1. Menyediakan konten yang relevan dengan nilai-nilai Aswaja.

2. Menghadirkan program dakwah yang menarik dan edukatif untuk masyarakat.
3. Mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam kegiatan keagamaan dan sosial.
4. Membina kerjasama dengan berbagai pihak untuk memperluas jangkauan dan dampak positif yang dihasilkan.

5. Tujuan Radio Aswaja FM

- Menyajikan program siaran yang informatif dan mendidik tentang ajaran Islam Ahlusunnah wal Jama'ah yang moderat
- Mendorong dialog dan diskusi positif tentang isu-isu keagamaan dan sosial
- Memfasilitasi penyampaian dakwah yang membawa perdamaian dan toleransi di tengah masyarakat
- Mengedukasi masyarakat tentang pentingnya ukhuwah Islamiyah melalui program-program yang mendidik dan menginspirasi

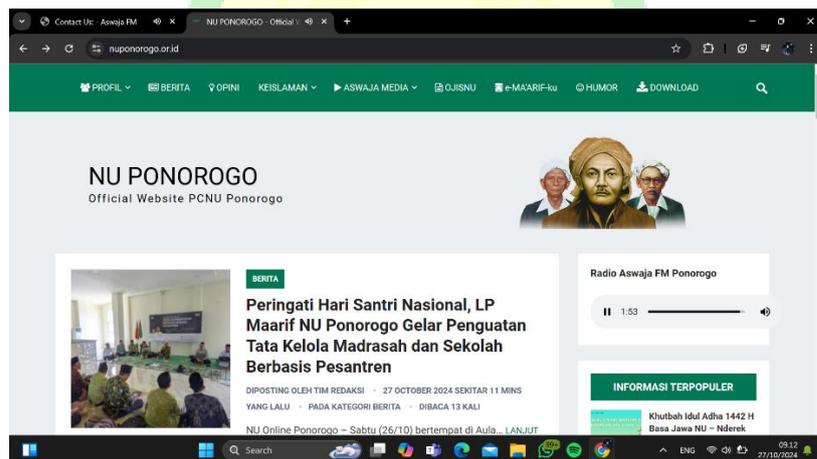
6. Platform Siaran dan Media Sosial Radio Aswaja FM

1. Platform Siaran

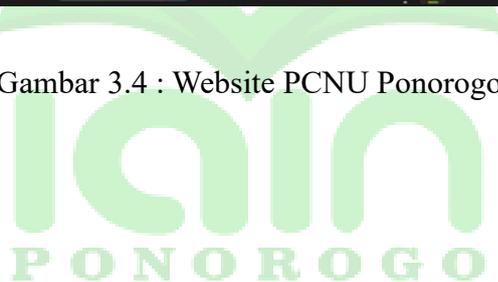
Dalam aktivitas siaran yang dilakukan oleh Radio Aswaja FM secara *on air* menggunakan beberapa platform di antaranya yaitu melalui gelombang radio frekuensi 100,9 MHz, website streaming melalui <https://aswajafm.nuonorogo.or.id/>, <https://nuonorogo.or.id/>, dan aplikasi Aswaja FM Ponorogo yang dapat diunduh melalui Play Store.



Gambar 3.3 : Website Radio Aswaja FM



Gambar 3.4 : Website PCNU Ponorogo



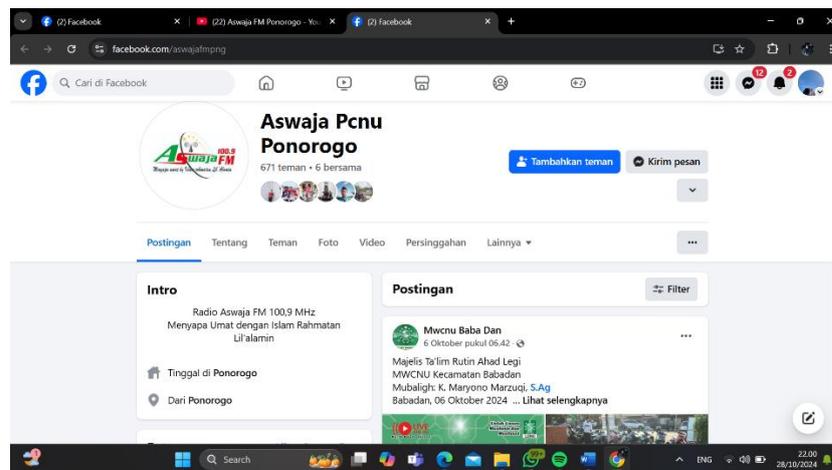


Gambar 3.5 : Aplikasi Mobile Radio Aswaja FM

2. Media Sosial

Selain melakukan aktivitas siaran melalui radio maupun streaming dari aplikasi, Radio Aswaja FM juga membagikan informasi melalui media sosial, diantaranya:

- a. Facebook



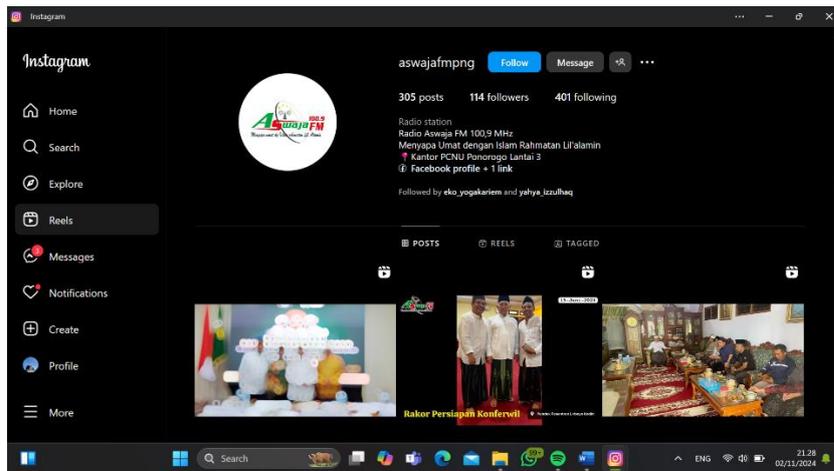
Gambar 3.6 : Media Sosial Facebook Radio Aswaja FM

b. Youtube



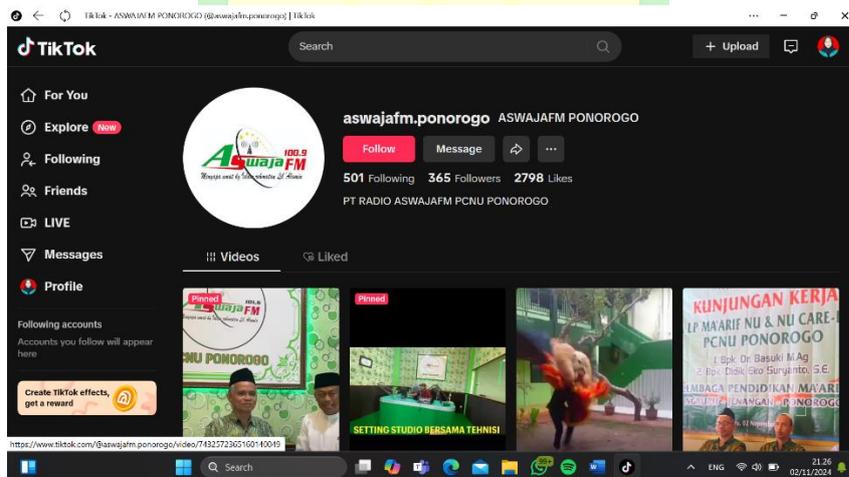
Gambar 3.7 : Media Sosial Youtube Radio Aswaja FM

c. Instagram



Gambar 3.8 : Media Sosial Instagram Radio Aswaja FM

d. Tiktok



Gambar 3.9 : Media Sosial TikTok Radio Aswaja FM

7. Program Radio Aswaja FM

NO	WAKTU	PROGRAM ACARA	MATERI	ON/OFF	IRAMA
1	00.00 – 04.00	MURROTAL MAKKAH	KOMPUTER	OFF	MURROTAL MAKKAH
2	04.00 – 05.00	SHOLAWAT MUAMMAR	KOMPUTER	OFF	ISLAM ETNIC
3	05.00 – 07.00	KAJIAN PAGI	RECORD KH. JAMALUDIN	OFF	-
4	07.00 – 09.00	INFO PAGI UMMAT	BERITA LOKAL TERKINI PONOROGO	ON	POP RELIGI
5	09.00 – 11.00	SAPA NAHDLIYIN	INO NU	ON	POP SHOLAWAT
6	11.00 – 12.00	CAWAN (CAMPURSARI AWAN)	BERITA BAHASA JAWA	ON	TEMBANG CAMPURSARI
7	12.00 – 13.00	KAJIAN AWAN	RECORD KH. IMRON JAMIL	ON	-
8	13.00 – 14.00	JEJAK ISLAM NUSANTARA	TOKOH ISLAM NUSANTARA & MANCANEGARA	ON	QASIDAH
9	14.00 – 16.00	KELUARGA SAKINAH	TIPS RUMAH TANGGA	ON	QASIDAH
10	16.00 – 18.00	KAJIAN SORE (BAHTSUL MASAIL)	PEMBACAAN KITAB BERSAMA LBM NU	ON	SHOLAWAT HABIB SYEKH
11	18.00 – 19.00	MURROTAL AL-QUR'AN	KOMPUTER	OFF	MURROTAL INDONESIA
12	19.00 – 22.00	MOZAIK ISLAM	INFO NASIONAL & SEJARAH TERKINI	ON	BANJARI/RELIGI AKUSTIK
13	22.00 – 23.00	KAJIAN MALAM	RECORD KH. YAZID BUSTOMI	OFF	-
14	23.00 – 00.00	PENGAJIAN UMUM	PENGAJIAN MUBALIGH LOKAL	OFF	-

Gambar 3.10 : Rencana Program Harian Radio Aswaja FM

Sumber : Dokumen Radio Aswaja FM

Program Khusus :

1. Mingguan
2. Ramadhan

B. Paparan Data Khusus Manajemen Konvergensi Radio Aswaja FM Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era *New Media*

Setiap perusahaan sudah sepantasnya memiliki strategi yang digunakan untuk mendukung segala proses maupun aktivitas perusahaan sehingga dapat terus maju, berkembang, dan bertahan. Seperti halnya beberapa perusahaan media yang hingga kini masih terus eksis meskipun banyak sekali tantangan yang harus dihadapi, maka pastinya perusahaan tersebut memiliki atau menerapkan strategi tersendiri yang dirasa masih relevan untuk digunakan. Salah satu strategi yang dapat digunakan perusahaan media dalam menjaga

eksistensi tersebut yaitu menggunakan konvergensi media. Hadirnya konvergensi media ini memberikan angin segar bagi perusahaan media yang sempat terancam gulung tikar dan setidaknya dengan adanya konvergensi media ini perusahaan media masih memiliki kemampuan untuk bertahan ditengah persaingan digitalisasi media seperti saat ini.

Saat ini konvergensi menjadi kunci dari dalam perkembangan dan kemajuan perusahaan media. Menurut Henry Jenkins, konvergensi merupakan gambaran dari perubahan teknologi, industri, sosial, dan budaya dalam aktivitas media.³ Konvergensi media ini menunjukkan bahwa situasi dalam beberapa sistem media saling berdampingan dan konten-konten media mengalir secara lancar diantaranya. Hal tersebut kemudian membuat media lama seperti media cetak maupun media siaran seperti halnya TV dan radio melakukan penyesuaian dengan membuat perubahan yang menyajikan beberapa konten-konten secara *online* di internet untuk menghadapi persaingan digitalisasi media.

Dalam menghadapi perkembangan internet dan media, Radio Aswaja FM memiliki komitmen untuk terus bertahan dan tetap eksis sehingga sejak awal berdiri telah berusaha untuk mempersiapkan diri dengan menerapkan konvergensi media. Beberapa pelaku yang ada di belakang Radio Aswaja FM sudah melihat potensi akan tantangan yang kini dihadapi radio. Mereka juga melihat bahwa transformasi dari media lama ke media digital pada saat itu

³ Haryanto, Ignatius. (2014). Jurnalisme Era Digital: Tantangan Industri Media Abad 21. Jakarta: Penerbit Buku Kompas

sangat penting maka kemudian mulai merambah ke aplikasi Facebook sebagai sarana *streaming* saat siaran radio sedang berlangsung, selain itu juga dilakukan untuk *branding* radio agar semakin besar dan dikenal masyarakat. Seiring dengan perkembangannya, media komunikasi dan informasi yang kian canggih dampaknya membuat masyarakat yang dahulu memiliki ketertarikan tinggi untuk mendengarkan radio sebagai media informasi semakin lama kehilangan peminatnya. Namun kemajuan di bidang komunikasi dan informasi membuat informasi atau berita dapat disampaikan secara cepat dan mudah kepada masyarakat sehingga menjadi solusi kurangnya minat pendengar radio.

Berkaitan dengan strategi konvergensi media yang dilakukan oleh Radio Aswaja FM dalam mempertahankan eksistensinya maka peneliti menemukan beberapa data. Berikut ini deskripsi hasil data yang telah ditemukan peneliti setelah melakukan penelitian dengan wawancara.

1. Perencanaan Konvergensi Radio Aswaja FM

Sebelum menerapkan strategi konvergensi, Radio Aswaja FM perlu untuk menyusun rencana dan mempersiapkan cara-cara yang dapat mendukung terlaksananya strategi tersebut secara efektif. Perencanaan adalah tahapan awal yang harus dilakukan sebagai upaya untuk menentukan cara agar dapat mencapai suatu tujuan. Selanjutnya hasil dari tahap perencanaan tersebut akan menjadi kerangka acuan dalam aktivitas radio agar mampu menyesuaikan diri di tengah persaingan digitalisasi media yang semakin marak. Hal tersebut sejalan dengan ungkapan Imam Syafe'i selaku Direktur Radio Aswaja FM.

“Sebagai radio dakwah yang memiliki komitmen untuk turut serta mensyiarkan Islam sekaligus menyampaikan informasi-informasi penting, mau tidak mau kami juga harus menyesuaikan diri mengikuti perkembangan sekarang. Tapi sebelum itu ada beberapa tahapan yang penting dilakukan untuk mempersiapkannya jadi kami tidak loko-loko atau asal-asalan saja melakukan strategi itu karena dibutuhkan yang namanya perencanaan untuk menyusun cara-cara sebagai acuan menghadapi persaingan media.”⁴

Dalam tahap perencanaan ini berkaitan penyusunan kegiatan atau aktivitas yang akan dilakukan, siapa saja yang akan terlibat, dan bagaimana cara pelaksanaannya merupakan hal utama yang sangat penting. Oleh karena itu serangkaian aktivitas berkaitan dalam perencanaan ini juga harus dipikirkan secara matang. Hal tersebut juga sangat berkaitan dengan hasil akhir atau keberhasilan dari pelaksanaan strategi ini seperti yang disampaikan oleh Imam Syafe`i.

“Kami menyiapkan kebutuhan peralatan sarana prasarana, instrumen-instrumennya, kegiatan atau program-program radio, serta penentuan tim atau orang-orang yang nantinya akan membantu dalam proses pelaksanaan dan bagaimana proses pelaksanaan konvergensi oleh Aswaja FM, dan yang tidak kalah penting berkaitan dengan administrasi radio.”⁵

Selanjutnya ada beberapa hal yang telah direncanakan Radio Aswaja FM dalam menghadapi tantangan digitalisasi media. Bentuk dari perencanaan tersebut erat kaitannya dengan tujuan pelaksanaan konvergensi media yang diterapkan oleh Radio Aswaja FM. Sedangkan konvergensi media sendiri merupakan integrasi media atau disebut sebagai penggabungan satu platform media dengan platform lain untuk mengikuti kemajuan teknologi sehingga

⁴ Transkrip, 01/W/17/10/2024

⁵ Transkrip, 01/W/17/10/2024

menekan persaingan media. Demikianlah yang disampaikan oleh Imam Syafe'i.

“Untuk menghadapinya kami juga menyiapkan dan membuat beberapa rencana jangka panjang melalui platform digital yang tersedia. Kami memanfaatkan platform digital seperti Instagram, Facebook, Youtube, dan Tiktok agar dapat diakses secara online program-program yang disiarkan Radio Aswaja FM asalkan terhubung internet tanpa harus menggunakan radio konvensional, sehingga dapat dijangkau pendengar secara luas karena sekarang ini memang peminat radio tidak seperti dulu.”⁶

Kehadiran berbagai platform media baru kini membuat kebutuhan manusia untuk dapat mengakses informasi ataupun hiburan menjadi lebih praktis dikarenakan teknologi seperti halnya gawai kini semakin canggih dan modern. Kemajuan teknologi tersebut juga turut disusul dengan munculnya platform digital dari media baru sehingga mengeser posisi media lama. Fitur-fitur yang disediakan oleh media baru tersebut lebih menarik. Hal inilah yang kemudian membuat masyarakat betah dan gemar menghabiskan waktu untuk berselancar pada media baru tersebut melalui internet.

Fenomena tersebut yang kemudian membuat radio sebagai salah satu media lama ikut menyesuaikan diri dengan membuat rencana untuk kembali menarik minat pendengar radio meskipun pada kenyataannya tidak akan sebesar dan sebanyak dulu di masa-masa kejayaan radio. Usaha tersebut juga dilakukan oleh beberapa perusahaan radio untuk menjaga keberlangsungan radio di Indonesia pada khususnya agar radio masih terus ada dan bertahan sampai nanti. Radio Aswaja FM sendiri memanfaatkan media digital yang ada

⁶ Transkrip, 01/W/17/10/2024

sebagai sarana *streaming* melalui fitur – fitur yang disediakan oleh beberapa aplikasi media sosial. Maka sebagai Direktur, Imam Syafe'i juga menyampaikan demikian.

“Selain siaran melalui radio kami juga menyiarkan program-program melalui media sosial melalui streaming karena hal ini tidak kalah penting. Misalnya ada acara, kegiatan, dan pengajian di luar kadang minta atau kerjasama agar disiarkan langsung oleh Aswaja dan nantinya itu selain bisa didengarkan melalui radio analog tapi juga dapat dilihat secara visual dari Youtube biasanya. Selama ini yang sudah berjalan rutin yaitu satu bulan sekali Pengajian Ahad Pon yang diadakan LDNU Ponorogo dan juga setiap sore itu dari LBM NU Ponorogo”.⁷

Sementara itu Choirul Anwar sebagai Kepala Penyiar yang sekaligus membantu menghandle proses produksi siaran radio juga mengungkapkan pernyataannya.

“Meskipun kami masih dalam tahap penyempurnaan yang tentunya banyak sekali kekurangan, kami berusaha mengikuti zaman dengan tidak hanya siaran analog dari gelombang 100,9 MHz tapi juga sudah tersambung ke internet untuk mengakses radio streaming yang dapat didownload dari Play Store untuk mendengarkan siaran Aswaja FM di manapun berada. Selain itu, juga dapat diakses melalui websitenya Radio Aswaja sendiri dan juga website PCNU Ponorogo. Dengan begitu saya yakin di masa depan Radio Aswaja akan tetap eksis”.⁸

Selain melakukan beberapa strategi tersebut, Radio Aswaja FM juga memiliki rencana untuk mengembangkan program-programnya serta berusaha untuk menyajikan konten radio yang inovatif dan informatif. Program-program tersebut disusun dengan relevan berdasarkan kondisi dan kebutuhan masyarakat. Selain itu program tersebut juga sebagai sarana untuk menambah wawasan pengetahuan para pendengar. Hal tersebut juga disampaikan oleh

⁷ Transkrip, 01/W/17/10/2024

⁸ Transkrip, 02/W/12/09/2024

Noor Abidin selaku Kepala bagian Program Radio yang juga menghandle bagian manajemen.

“Program terbaru kami yang sudah berjalan setiap bulan yaitu Podcast mengenai kesehatan kerjasama dengan RSUD Muslimat, selanjutnya kami punya rencana untuk bekerjasama dengan instansi pemerintahan untuk membahas permasalahan sesuai bidangnya dan membahas isu-isu terkini yang sedang hangat baik secara lokal Ponorogo, karesidenan, provinsi, hingga nasional”.⁹

2. Pengorganisasian Konvergensi Radio Aswaja FM

Tentunya dalam rangka merealisasikan strategi konvergensi tersebut diperlukan kerjasama dan kolaborasi yang baik agar telaksana dengan baik. Dukungan secara materil baik dari pendanaan, peralatan, dan konsep atau rencana jangka panjang saja belum cukup tanpa adanya dukungan sumber daya manusia dan kerjasama yang baik untuk mewujudkannya. Oleh karena itu sudah seharusnya semua tim dapat terlibat dalam proses konvergensi ini. Imam Syafe`i juga menjelaskan bahwa:

“Beberapa staf-staf kami ini dibagi dan diplotkan sesuai bidang dan potensinya. Saya sendiri sebagai direktornya, di bawah saya ada sekretaris dan bendahara, kemudian teknisi, kepala program, staf admin, kepala penyiar, anggota penyiar, pencari berita, sarpras, dan publikasi”.¹⁰

Menurut Imam Syafe`i untuk mencapai tujuan dari strategi konvergensi tersebut masing-masing tim diharapkan dapat bekerja sesuai dengan *job description* nya. Dengan demikian maka masing-masing tim juga harus memahami *job description* nya sehingga dapat memudahkan tugas-tugas dan

⁹ Transkrip, 03/W/24/10/2024

¹⁰ Transkrip, 01/W/17/10/2024

kinerjanya. Maka jika hal tersebut dilakukan dan diterapkan akan memberikan peluang dalam keberhasilan strategi konvergensi Radio Aswaja FM.

”Kami juga menyampaikan kepada masing-masing tim terkait *jobdesc* nya yang nantinya memudahkan kinerja mereka agar konvergensi ini berhasil sesuai apa yang menjadi harapan kami. Tetapi karena Aswaja FM masih kurang dalam sumber daya manusianya maka beberapa ada yang merangkap tugas dengan bidang lain”.¹¹

Imam Syafe'i juga menambahkan jika tim publikasi yang dibentuk itu dapat dikatakan sebagai tim khusus. Hal ini dikarenakan fokus dari tim publikasi yaitu mengelola di bidang media dan publikasi kaitanya informasi maupun hal-hal yang ingin disampaikan oleh Radio Aswaja FM. Orang-orang yang masuk dalam tim publikasi ini biasanya memiliki kemampuan yang cukup *expert* dalam bidang media sosial maupun platform digital.

“Iya ada yang namanya tim publikasi yang memang sengaja kita bentuk untuk nantinya fokus dalam hal pengelolaan terhadap media yang kami miliki serta mengelola konten-konten atau isi (informasi) yang akan dibagikan melalui sosial media. Tim ini juga biasanya yang ngurusi kaitannya proses *live streaming* lewat aplikasi-aplikasi untuk itulah tim ini berisi orang-orang yang ahli dalam dunia media.”¹²

3. Pelaksanaan Konvergensi Radio Aswaja FM

Setelah melalui proses perencanaan strategi dan persiapan tim, proses selanjutnya yaitu berkaitan dengan cara merealisasikan dan menerapkannya di Radio Aswaja FM. Dalam hal ini juga diperlukan langkah-langkah yang relevan sebagai proses realisasinya dengan cara melakukan apa yang telah direncanakan dan menggerakkan masing-masing tim yang ada. Dengan begitu

¹¹ Transkrip, 01/W/17/10/2024

¹² Transkrip, 01/W/17/10/2024

dapat membantu mengevaluasi dan mengukur keberhasilan atau kekurangan pelaksanaannya, sehingga melalui penerapan strategi tersebut Radio Aswaja FM akan selalu memberikan yang terbaik untuk pendengar setianya.

“Pertama harus memahami bagaimana kebutuhan masyarakat sekarang mengenai media sosial. Kedua juga harus merespon terkait aktivitas masyarakat dalam dunia digital dan mengembangkan penggunaan media digital untuk keperluan streaming. Selanjutnya kami menganalisisnya sebagai bahan membuat konten atau program sesuai kebutuhan dan yang menarik”.¹³

Langkah-langkah tersebut diharapkan dapat mengaget kembali pendengarnya sehingga selalu setia mendengarkan Radio Aswaja FM dan juga membantu mempertahankan eksistensi radio di Indonesia. Sedangkan Radio Aswaja FM sendiri memiliki tujuan untuk menjadi barometer radio bagi warga nahdliyin di Ponorogo dan sekitarnya. Alasannya adalah Radio Aswaja FM merupakan radio dakwah yang menyajikan program-program berkaitan dengan syiar Islam serta menyampaikan wawasan baik keislaman juga umum. Selain itu Radio Aswaja FM membuka kesempatan lebar bagi lembaga-lembaga, instansi-instansi terkait, serta komunitas-komunitas untuk bekerjasama dalam menyampaikan informasi pada masyarakat.

Beberapa langkah-langkah tersebut dalam pelaksanaanya tidak membutuhkan banyak peralatan. Dengan hadir dan berkembangnya media-media baru saat ini juga turut mempengaruhi teknologi yang digunakan radio dalam proses produksi. Proses produksi radio pun juga dapat dikemas dengan

¹³ Transkrip, 01/W/17/10/2024

praktis dengan memanfaatkan platform digital, seperti yang disampaikan oleh Imam Syafe`I berikut:

“Saat ini platform baru yang kita gunakan hanya platform digital seperti media sosial saja, kalo untuk platform lain seperti halnya peralatan atau perangkat siaran tidak ada pembaharuan, kita masih menggunakan yang lama”.¹⁴

4. Pengawasan Konvergensi Radio Aswaja FM

Pimpinan dan tim Radio Aswaja FM memiliki harapan besar bagi masa depan radio ini nantinya. Untuk itu seluruh jajaran Radio Aswaja FM dituntut terus meningkatkan *skill* yang dimilikinya melalui forum-forum pelatihan. Hal tersebut dilakukan agar strategi konvergensi dapat berjalan sesuai rencana awal. Selain itu Imam Syafe`i juga menyampaikan jika dirinya rutin melakukan *checking* dan *monitoring* untuk mengukur keberhasilan konvergensi.

“Dalam memastikan keberhasilan strategi, kami berupaya memanfaatkan peluang dengan baik untuk meningkatkan *skill* melalui pelatihan-pelatihan sehingga memiliki kecakapan dalam bidangnya. Selain itu sebagai direktur saya rutin melakukan *checking* dan *monitoring* terhadap pelaksanaan strategi konvergensi sehingga tau kendalanya apa, kurangnya apa, yang harus diperbaiki apa dan solusinya bagaimana”.¹⁵

Namun untuk menerapkan strategi tersebut juga membutuhkan support besar di wilayah pendanaan. Kebutuhan operasional radio sendiri juga cukup besar sehingga sukses tidaknya radio sendiri juga dilihat dari support pendanaan. Adanya perencanaan dan pengorganisasian tim saja belum cukup untuk kemudian membuat radio sukses menerapkan strategi konvergensi. Radio tidak bisa jika dalam operasional maupun manajemennya hanya

¹⁴ Transkrip, 01/W/17/10/2024

¹⁵ Transkrip, 01/W/17/10/2024

mengandalkan pengiklan saja dikarenakan penghasilan dari iklan belum bisa mengcover kebutuhan radio. Selain itu infrastruktur dan teknologi peralatan yang digunakan juga harus disiapkan dengan baik untuk mendukung konvergensi media. Noor Abidin selaku Kepala Program menyampaikan hal tersebut.

“Radio Aswaja FM ini akan bisa bertahan asalkan mampu menyesuaikan diri dan memanfaatkan peluang yang ada. Kedepannya Radio Aswaja FM akan terus eksis jika mendapatkan dukungan terutama dalam pembiayaannya. Radio itu besar salah satunya juga dari pembiayaan. Radio jika tidak ada *back up* dari belakang dan hanya mengandalkan iklan maka dapat dipastikan akan collapse, apalagi peralatan yang digunakan juga butuh perbaikan dan perawatan agar kualitas siaran juga bagus. Dengan begitu maka pelaksanaan konvergensi juga ikut terhambat”.¹⁶

Dalam penerapan strategi konvergensi ini tentunya juga terjadi beberapa kendala dalam proses pelaksanaannya. Maka hal tersebut juga harus di atasi dengan mengoptimalkan peran dari adanya tim. Menurut Direktur Radio Aswaja FM masing-masing tim juga harus mampu menyumbangkan ide-ide kreatifnya untuk mengatasi permasalahan atau kendala yang terjadi.

“Dalam penerapan atau pelaksanaannya tidak menutup kemungkinan jika tidak terjadi kendala, maka dengan inilah masing-masing tim dapat memberikan ide atau solusi dari kendala yang terjadi. Selain itu kita juga selalu melakukan evaluasi kinerja tim”.¹⁷

Berdasarkan pernyataan tersebut kemudian dapat disimpulkan bahwa dalam penerapan konvergensi ini pihak-pihak yang terlibat juga dituntut untuk lebih solutif. Hal tersebut dilakukan guna mengevaluasi strategi konvergensi yang sudah berjalan. Melalui tahap pengawasan inilah yang kemudian diketahui

¹⁶ Transkrip, 03/W/24/10/2024

¹⁷ Transkrip, 01/W/17/10/2024

hal-hal yang perlu segera dicarikan solusi, apa yang perlu dievaluasi, dan apa yang perlu ditingkatkan lagi kedepannya. Selanjutnya apabila terdapat kekurangan segera dapat ditindak lanjuti dan diperbaiki sehingga radio terus eksis serta dapat terus dinikmati oleh para pendengar setianya.

5. Hasil Konvergensi Radio Aswaja FM

Konvergensi media merupakan strategi yang dapat menjadi solusi untuk mempertahankan dan menjaga eksistensi suatu radio. Dalam penelitian ini untuk melihat dan menganalisis pelaksanaan konvergensi media oleh Radio Aswaja FM maka digunakan teori POAC. Teori POAC meliputi empat fungsi manajemen seperti *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (penggerakan), dan *controlling* (pengawasan) sebagai landasan untuk mencapai tujuan tertentu. Tercapainya tujuan yang sebelumnya sudah disusun dapat dinilai melalui berbagai hal. Menurut Imam Syafe'i sebagai Direktur, keberhasilan pelaksanaan konvergensi dapat diukur dari bertambahnya iklan karena akan menambah kepercayaan masyarakat.

“Tolak ukurnya yaitu dengan bertambahnya iklan, maka semakin dipercayai masyarakat Ponorogo dan sekitarnya. Jika banyak perusahaan yang berkerjasama dalam pengiklanan, maka kepercayaan masyarakat dengan Radio Aswaja akan bertambah. Selain itu juga akan menambah pendapatan radio untuk digunakan dalam dalam operasionalnya, apalagi peralatan yang digunakan juga butuh perbaikan dan perawatan agar kualitas siaran juga bagus. Dengan begitu maka pelaksanaan konvergensi juga ikut terhambat”.¹⁸

Radio Aswaja FM telah menerapkan konvergensi dengan efektif dan efisien. Seluruh tahapan dalam konvergensi yang telah disusun dan dilakukan

¹⁸ Transkrip, 01/W/17/10/2024

dengan maksimal sehingga cukup membantu Radio Aswaja FM dalam mencapai tujuannya. Untuk itu dalam penerapannya Radio Aswaja FM juga berusaha untuk dapat mengikuti arus perkembangan media yang semakin maju. Oleh karena itulah peluang-peluang berkaitan kemajuan di bidang media dimanfaatkan dengan baik oleh Radio Aswaja FM sehingga konvergensi media yang dilakukan dapat dikatakan berhasil. Hal tersebut diungkapkan oleh Choirul Anwar.

“Berkat konvergensi yang kami jalankan kini kemudian muncul radio *streaming* dari website dan aplikasi, maka minat masyarakat untuk mendengarkan Radio Aswaja semakin bertambah dan pendengarnya tidak hanya dari wilayah Ponorogo saja tapi juga luar Ponorogo seperti, Madiun, Ngawi, Bojonegoro, Trenggalek, Tulungagung, Surabaya, Semarang, Jakarta, dan sebagainya”.¹⁹

Sejalan dengan yang disampaikan oleh Choirul Anwar, Noor Abidin juga menambahkan pernyataannya.

“Konvergensi ini membawa kemajuan bagi Radio Aswaja FM, karena konvergensi kemudian mulai ada yang namanya *live streaming* yang sangat praktis dan mudah diakses tanpa perlu memakai radio analognya karena kini dapat didengarkan secara fleksibel melalui aplikasi radio maupun website yang sudah tersedia”.²⁰

Kerberhasilan konvergensi media tidak hanya dapat diukur melalui kemajuan dalam media saja. Keberhasilan konvergensi dalam mempertahankan eksistensinya juga dapat dilihat melalui peningkatan jumlah pendengarnya. Namun, pada penerapannya, kemajuan dalam hal media mempengaruhi peningkatan jumlah pendengar radio. Sehingga dapat dikatakan keduanya

¹⁹ Transkrip, 02/W/12/09/2024

²⁰ Transkrip, 03/W/24/10/2024

memiliki hubungan yang cukup erat. Hal tersebut diperkuat dengan ungkapan Imam Syafe`i sebagai berikut:

“Semenjak dilakukan konvergensi ini jangkauan pendengar Radio Aswaja mengalami peningkatan. Hal ini dilihat melalui jumlah pendengar yang mendengarkan siaran radio baik melalui aplikasi, website PCNU, ataupun website radio aswaja sendiri”.²¹

Dibalik keberhasilan dari konvergensi yang dilakukan oleh Radio Aswaja FM, maka untuk mempertahankan hasil-hasil tersebut Radio Aswaja FM juga membutuhkan saran dan masukan. Saran dan masukan tersebut digunakan sebagai bahan evaluasi untuk memperbaiki kualitas dan kinerja pelaksanaan konvergensi itu sendiri. Hal itu dapat disampaikan oleh orang-orang yang terlibat dalam pelaksanaan konvergensi ataupun juga masyarakat luas sebagai pendengarnya. Demikian yang disampaikan oleh Choirul Anwar:

“Pertama adalah manajemennya. Manajemennya jika dikelola dengan baik maka radio sendiri akan menjadi besar. Kedua adalah pembiayaan operasional, karena radio sendiri membutuhkan pembiayaan yang cukup besar dalam pembayaran listrik setiap bulan, gaji karyawan, dan kebutuhan lainnya. Jadi sumber dananya untuk sementara didapatkan dari kerjasama dengan pengusaha-pengusaha untuk pengiklanan dan juga dari sumber-sumber yang lain”.²²

Noor Abidin selaku Tim Program menambahkan pernyataannya:

“Saran saya di masa depan nanti orang-orang atau para pelaku di dunia penyiaran seperti radio atau televisi bisa memanfaatkan dengan maksimal dan mengembangkan platform media digital yang digunakan, sehingga dalam aktivitas siaran dapat menggunakan dua platform sekaligus untuk menjangkau lebih banyak audiens”.²³

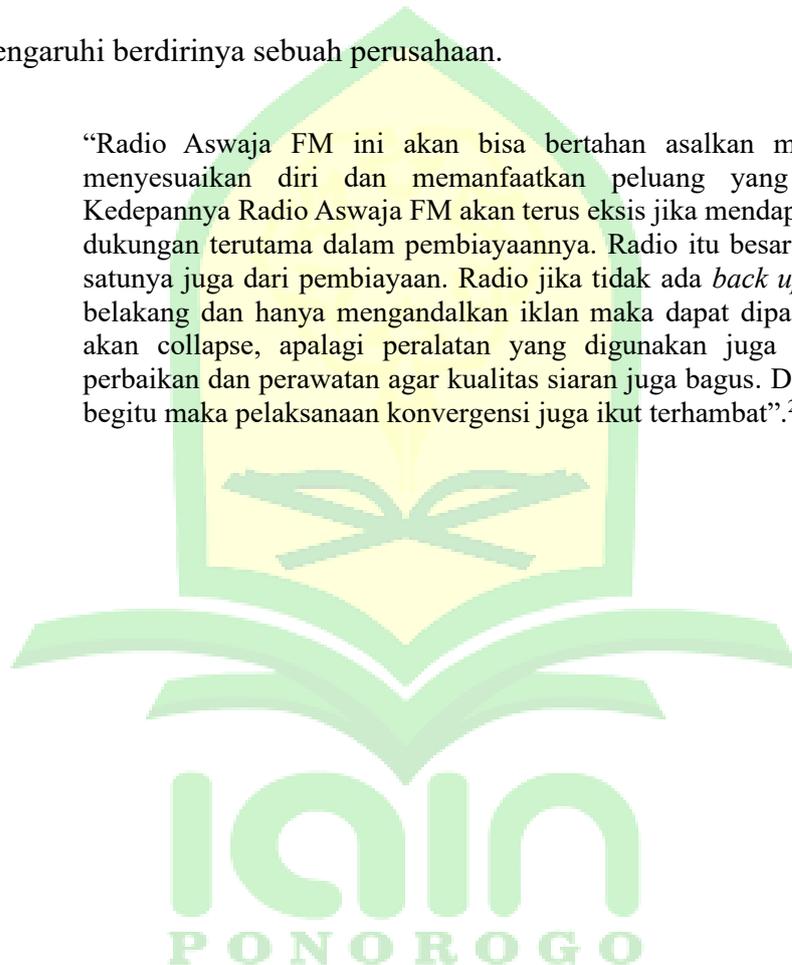
²¹ Transkrip, 01/W/17/10/2024

²² Transkrip, 02/W/12/09/2024

²³ Transkrip, 03/W/24/10/2024

Menurut Noor Abidin, masa depan Radio Aswaja FM kedepannya pasti akan mampu bertahan ditengah persaingan antara media lama dengan media baru. Radio Aswaja FM akan terus eksis apabila melaksanakan konvergensi dengan baik dan selalu melakukan evaluasi dalam setiap aktivitasnya. Selain itu, adanya dukungan secara pembiayaan dalam operasional radio juga akan mempengaruhi berdirinya sebuah perusahaan.

“Radio Aswaja FM ini akan bisa bertahan asalkan mampu menyesuaikan diri dan memanfaatkan peluang yang ada. Kedepannya Radio Aswaja FM akan terus eksis jika mendapatkan dukungan terutama dalam pembiayaannya. Radio itu besar salah satunya juga dari pembiayaan. Radio jika tidak ada *back up* dari belakang dan hanya mengandalkan iklan maka dapat dipastikan akan collapse, apalagi peralatan yang digunakan juga butuh perbaikan dan perawatan agar kualitas siaran juga bagus. Dengan begitu maka pelaksanaan konvergensi juga ikut terhambat”.²⁴



²⁴ Transkrip, 03/W/24/10/2024

BAB IV

ANALISIS DATA MANAJEMEN KONVERGENSI RADIO ASWAJA FM PONOROGO DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI ERA *NEW MEDIA*

Radio Aswaja FM kini terus berusaha untuk mengepakkan sayapnya mengikuti perkembangan media dan teknologi. Melalui konvergensi media tersebut Radio Aswaja FM dapat mempertahankan eksistensinya hingga saat ini. Namun dalam proses penerapan strategi konvergensi sendiri Radio Aswaja FM juga membutuhkan support atau dukungan baik secara moral maupun materil. Radio Aswaja FM tidak dapat berdiri sendiri karena dalam mencapai tujuan dan cita-cita perusahaan juga membutuhkan kerjasama dan sinergitas yang baik dari seluruh pihak yang terlibat.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan oleh penulis maka kemudian didapatkan data-data mengenai proses penerapan strategi konvergensi oleh Radio Aswaja FM dalam mempertahankan eksistensinya di era *new media*. Data-data tersebut didapatkan, dikumpulkan, dan kemudian di olah sehingga ditemukan hasil dari strategi konvergensi yang telah dilakukan. Sedangkan dalam proses pengolahan data dan uraian permasalahan berkaitan dengan topik penelitian menggunakan teori POAC (*planning, organizing, actuating, controlling*).

A. Analisis Persiapan Konvergensi Radio Aswaja FM Ponorogo di Era *New Media*

Dalam strategi konvergensi yang dilakukan oleh Radio Aswaja FM maka dapat ditemukan dan diketahui bahwa tahap perencanaan atau persiapan adalah salah satu tahap yang penting dalam rangka untuk mencapai tujuan tertentu. Melalui tahap perencanaan inilah yang nantinya akan menjadi acuan bagi radio sehingga dapat menyesuaikan diri dan tetap eksis. Tahap persiapan yang dilakukan oleh Radio Aswaja FM memang sudah dirancang dengan sedemikian rupa dan cukup matang agar hasil dari penerapan strategi tersebut sesuai dengan yang diharapkan.

Radio Aswaja FM sendiri sebelum menerapkan konvergensi media, sudah lebih dulu menyiapkan administrasi radio dan perizinan lainnya. Langkah tersebut dilakukan sebagai landasan dasar berdirinya Radio Aswaja FM sekaligus memperkuat legalitas perusahaan PT. Radio Aswaja FM. Dengan demikian dalam aktivitas siaran maupun operasionalnya tidak perlu lagi mengkhawatirkan mengenai perizinan maupun administrasinya karena sudah cukup kuat sehingga dapat terus mengudara dan menjadi kepercayaan para pendengar setianya.

Dapat diketahui bahwa saat ini masa depan radio juga cukup mengkhawatirkan. Hal itulah yang menjadi tantangan sekaligus ancaman bagi keberadaan radio. Salah satu permasalahan yang kini dialami oleh radio secara umumnya di Indonesia yaitu menurunnya peminat radio secara signifikan yang disebabkan karena kehadiran *new media*. Kehadiran *new*

media mempengaruhi daya kebutuhan dan penggunaan masyarakat terhadap internet yang cukup tinggi sehingga berpotensi mengerus eksistensi media lama seperti halnya radio, televisi, maupun surat kabar. Maka solusi yang digunakan Radio Aswaja FM yaitu merencanakan pemanfaatan *new media* secara efektif, kreatif, dan inovatif untuk menarik kembali peminat atau pendengarnya.

Dalam merancang perencanaan teori yang digunakan untuk menganalisis dan menguraikan permasalahan adalah teori POAC yaitu *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (pelaksanaan), dan *controlling* (pengawasan). Keempat unsur dalam teori POAC tersebut merupakan inti yang harus digunakan dalam aktivitas manajerial atau operasional sebuah perusahaan seperti Radio Aswaja FM untuk menerapkan konvergensi media. Tentunya Radio Aswaja FM juga telah menyusun kegiatan-kegiatan atau aktivitas yang akan dilakukan, siapa saja yang akan terlibat, dan bagaimana cara yang akan diterapkan dalam mencapai tujuannya.

Selain itu, berkaitan dengan tahap perencanaan ini diperlukan dukungan dari beberapa pihak yang ikut andil dalam proses konvergensi media. Radio Aswaja FM juga telah mempersiapkan tim yang akan mengurus dan fokus pada bidang-bidang tertentu. Sumber daya manusia atau tim yang sudah dibentuk oleh Radio Aswaja FM inilah yang selanjutnya akan terlibat secara langsung dalam proses konvergensi. Maka tim-tim yang sudah ada ini kemudian dapat berkejasama dengan baik dan saling melengkapi satu sama

lain sehingga tujuan utama dari strategi konvergensi Radio Aswaja FM dapat dikatakan sukses dan berhasil.

Berkaitan dengan tantangan *new media*, maka untuk menghadapinya Radio Aswaja FM juga membuat rencana jangka panjang melalui platform digital yang telah tersedia. Dalam hal ini Radio Aswaja FM sudah menyadari mengenai ancaman yang saat ini harus dihadapi radio secara umum. Maka untuk menghadapinya Radio Aswaja FM memanfaatkan *platform* digital seperti media sosial dengan tujuan untuk menjangkau peminat radio karena saat ini radio kehilangan banyak peminatnya. *Platform* digital yang digunakan meliputi Instagram, Youtube, Facebook, dan TikTok serta website resmi milik radio yang dapat dengan mudah diakses dari mana saja dan kapan saja asalkan terhubung dengan jaringan internet.

Kemajuan teknologi dan kehadiran media baru mempengaruhi perilaku masyarakat dalam penggunaan internet. Saat ini kebutuhan masyarakat dalam akses informasi maupun hiburan mudah diperoleh hanya dalam satu genggam tangan saja. Radio sebagai salah satu media lama juga turut menyesuaikan diri dengan membuat rencana untuk kembali mempertahankan eksistensinya. Upaya tersebut memang dilakukan radio untuk menjaga keberlangsungan hidup radio di Indonesia agar terus ada dan bertahan sampai nanti.

Pemanfaatan media sosial oleh Radio Aswaja FM dilakukan sebagai sarana *streaming* atau siaran langsung melalui aplikasi media sosial tertentu. Baik itu program harian, mingguan, ataupun program khusus radio dapat

disiarkan melalui radio analog serta secara bersamaan juga dapat di siarkan langsung lewat aplikasi yang dipilih. Tidak jarang juga Radio Aswaja FM mendapatkan permohonan untuk *live streaming* kegiatan-kegiatan dari pihak luar seperti halnya pengajian, sholawatan, atau yang lainnya agar dapat dinikmati tidak hanya suaranya tetapi juga dilihat secara visual.

Selain beberapa perencanaan tersebut, Radio Aswaja FM juga merencanakan untuk pembuatan program-program dan konten yang menarik. Radio Aswaja FM berusaha untuk menyajikan program yang informatif dan edukatif sehingga dapat bermanfaat bagi masyarakat luas. Penyusunan atau perencanaan program tersebut disesuaikan dengan kondisi maupun kebutuhan masyarakat saat ini sehingga masih relevan. Program terbaru yang dibuat oleh Radio Aswaja FM dan selama ini sudah rutin berjalan setiap bulan adalah “*Podcast*” yang bertajuk kesehatan berkerjasama dengan RSUD Muslimat Ponorogo. Program “*Podcast*” tersebut akan terus dikembangkan dan dievaluasi pelaksanaannya dengan harapan kedepannya mampu mengandeng instansi pemerintahan, dinas terkait, maupun lembaga lain yang bersangkutan untuk dapat berkolaborasi dalam membahas dan merespon isu-isu lokal, regional, hingga nasional.

B. Analisis Pengorganisasian Konvergensi Radio Aswaja FM Ponorogo di Era *New Media*

Selanjutnya setelah melalui tahap perencanaan atau persiapan dalam penerapan strategi konvergensi untuk mempertahankan eksistensinya di era *new media*, Radio Aswaja FM juga mengupayakan pengorganisasiannya

berjalan dengan baik dan efektif. Kaitannya dengan pengorganisasian ini nantinya akan berpengaruh pada pengelolaan segala sesuatu dari Radio Aswaja FM. Tahap pengorganisasian ini diterapkan dalam rangka merealisasikan strategi konvergensi tersebut.

Dalam hal pengorganisasian ini diperlukan dukungan baik secara material maupun secara sumber daya manusia. Dukungan material ini berupa dukungan di wilayah pembiayaan atau pendanaan radio. Dukungan secara sumber daya manusia dalam tahap pengorganisasian ini dapat diwujudkan melalui tersedianya tenaga atau aktor-aktor yang nantinya akan terlibat sesuai dengan kebutuhan, tugas, fungsi, *job description*, serta tanggung jawab masing-masing.

Pengorganisasian adalah proses memastikan bahwa sumber daya manusia dan fisik tersedia untuk melaksanakan rencana dan mencapai tujuan organisasi. Pengorganisasian juga termasuk menugaskan setiap kegiatan, membagi pekerjaan ke dalam setiap tugas tertentu, dan menentukan siapa yang berhak melakukan beberapa tugas.¹ Sumber daya manusia juga memiliki peran penting dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing organisasi. Sumber daya manusia dapat membantu dalam proses identifikasi kekuatan dan kelemahan karyawan serta memberikan peluang dalam perbaikan dan pengembangan lebih lanjut.²

¹ Mohammad Rafinda Tri Saputra, dkk, "Strategi Pengemasan Dakwah Pada Akun Instagram @dakwah_camp," *Nubuwwas*, 8

² I Nyoman Marasya, Endang Sugiarti, Rini Septiowati, *Pengembangan Sumber Daya Manusia "Menghadapi Tantangan dan Meraih Kesuksesan Bersama"*. (Bekasi: PT. Dewangga Energi Internasional, 2021), 3

Sumber daya manusia menjadi suatu keharusan bagi setiap perusahaan yang ingin berdaya saing dan tetap relevan hingga nanti. Radio Aswaja FM mengoptimalkan dukungan dan pengembangan sumber daya manusia sebagai kunci dari keberhasilan perusahaan. Sumber daya manusia tersebut dioptimalkan dengan cara pembagian kerja masing-masing sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya. Maka dalam tahap pengorganisasian ini Radio Aswaja FM membagi orang-orang yang akan terlibat menjadi beberapa tim, diantaranya yaitu direktur, sekretaris, bendahara, tim teknisi, tim program, staf admin, tim penyiar, tim sarpras, dan tim media. Masing-masing tim yang sudah terbentuk dalam penerapannya akan membentuk hubungan yang saling melengkapi sehingga terjalin kerjasama yang baik dalam aktivitas pekerjaan.

Untuk mempertahankan eksistensi Radio Aswaja FM agar tidak kalah dengan adanya *new media* yang semakin berkembang, maka tim program bekerjasama dengan tim media untuk membuat program maupun konten-konten yang dapat menarik audiens atau pendengar. Program dan konten yang dibuat tersebut selanjutnya dibagikan melalui *platform* digital dengan memanfaatkan media sosial yang ada. Oleh karena itu diperlukan inovasi-inovasi baru dengan ide-ide yang kreatif dalam mengorganisasikan rencana tersebut. Dalam mendukung hal tersebut juga dibutuhkan dukungan tidak hanya dari tim program dan tim media saja tetapi juga dapat melibatkan tim penyiar untuk ikut serta merealisasikan tujuan perusahaan. Penyiar radio sendiri merupakan orang dibalik layar yang berkontribusi dalam proses produksi program radio sehingga masih memiliki keterkaitan dalam

pengembangan dan pemanfaatan media. Selain beberapa tim tersebut, tim lain yang ada juga harus siap sedia untuk saling melengkapi demi menunjang kesuksesan strategi konvergensi yang diterapkan radio.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa dalam rangka menerapkan konvergensi media pada Radio Aswaja FM maka diperlukan kerjasama yang baik antara masing-masing tim. Dengan adanya kerjasama yang baik antara tim ini diharapkan dapat membantu penerapan strategi konvergensi oleh radio. Selanjutnya jika strategi konvergensi telah diterapkan dengan baik maka tujuan untuk mempertahankan eksistensi radio di era *new media* saat ini dapat tercapai.

C. Analisis Pelaksanaan Konvergensi Radio Aswaja FM Ponorogo di Era *New Media*

Radio Aswaja FM berupaya untuk merealisasikan apa yang sudah direncanakan dan disiapkan sebelumnya guna menerapkan strategi konvergensi. Dalam mendukung rencana-rencana tersebut maka selanjutnya diperlukan langkah-langkah yang relevan untuk merealisasikannya dan mengorganisasikan sumber daya manusia yang tersedia. Melalui langkah-langkah tersebut nantinya diharapkan dapat memberikan hasil yang baik dan dapat dinikmati oleh audiens. Selain itu juga dapat meningkatkan minat audiens (pendengar) untuk setia mendengarkan Radio Aswaja FM.

Setelah melalui beberapa tahapan lain yang berkesinambungan seperti *planning* (perencanaan) dan *organizing* (pengorganisasian) maka selanjutnya yang harus dilakukan adalah prakteknya secara langsung di lapangan. Tahap

actuating (pelaksanaan) ini dapat dikatakan salah satu proses atau tahapan yang cukup krusial dalam aktivitas manajemen seperti halnya strategi konvergensi yang dilakukan oleh Radio Aswaja FM. Tahap ini merupakan implementasi dari penyusunan kerangka perencanaan strategi konvergensi.

Pertama, memahami kebutuhan masyarakat terkait media sosial. Dapat diketahui jika saat ini persaingan antara media lama (konvensional) dengan media baru semakin ketat. Hal tersebut yang kemudian berpengaruh terhadap gaya hidup masyarakat yang konsumtif terhadap penggunaan internet. Sebagai sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang media penyiaran Radio Aswaja FM harus mampu memahami kebutuhan audiens terkait media sosial yang kini semakin diminati masyarakat. Perilaku konsumtif masyarakat terhadap internet maupun media sosial ini juga akan berpengaruh terhadap teknologi peralatan yang digunakan dalam proses produksi program atau konten radio. Alasannya adalah dalam proses produksinya juga memanfaatkan aplikasi sosial media untuk menyiarkan program secara langsung sehingga tidak membutuhkan banyak peralatan.

Kedua, merespon aktivitas masyarakat dalam dunia digital. Perkembangan media baru atau bisa disebut sebagai media digital saat ini memang tidak bisa terelakkan. Kehadiran media baru dalam dunia teknologi dan informasi telah menggeser posisi media lama sehingga pamor atau eksistensinya dikalahkan. Saat ini dalam kesehariannya kebanyakan masyarakat lebih gemar menghabiskan waktu untuk berselancar di internet untuk sekedar mencari hiburan, mengisi waktu luang, ataupun juga untuk

mencari informasi yang dibutuhkan. Melihat perilaku konsumtif masyarakat terhadap media digital, maka selanjutnya Radio Aswaja FM memanfaatkan media digital sebagai sarana penyampaian informasi dan hiburan. Radio Aswaja FM juga memanfaatkan media digital untuk siaran langsung program-programnya yang dapat diakses melalui aplikasi maupun website resmi radio sendiri. Media digital yang selama ini telah dimanfaatkan dan digunakan Radio Aswaja FM sebagai sarana siaran langsung (live streaming) seperti Youtube dan website. Sedangkan aplikasi lain seperti Instagram, Facebook, dan TikTok dimanfaatkan untuk membagikan konten-konten informasi, kegiatan, atau mengenai radio tersendiri.

Ketiga, membuat program siaran atau konten yang menarik. Di era media baru seperti ini jika perusahaan penyiaran dituntut untuk bergerak secara dinamis menyesuaikan perkembangan zaman. Radio juga sebisa mungkin harus membuat program yang tidak monoton. Di sinilah peran para aktor di balik radio dalam proses produksi siaran dibutuhkan. Para aktor tersebut selain harus menguasai atau memiliki kompetensi yang cakap di bidangnya, mereka juga harus mampu memberikan ide-ide yang kreatif demi menciptakan inovasi-inovasi baru dalam program siaran radio. Sebagai radio dakwah, maka program-program siaran Radio Aswaja FM selanjutnya mulai diperbarui agar tidak hanya tentang syiar keislaman saja tetapi juga membuat program yang lebih menarik dan kekinian. Hal tersebut dilakukan Radio Aswaja FM untuk menarik generasi muda dan mendapatkan kembali peminatnya.

Melalui beberapa langkah-langkah tersebut, pihak pimpinan maupun tim Radio Aswaja FM berusaha untuk memanfaatkan kesempatan-kesempatan dengan baik demi mempertahankan eksistensinya. Mereka juga memiliki harapan besar terhadap masa depan radio di Indonesia ini. Selain itu, mereka juga terus belajar dan berusaha untuk *upgrade* ilmu yang dimilikinya dengan cara mengikuti forum-forum pelatihan, seminar, *study* banding, dan lainnya.

D. Analisis Pengawasan Konvergensi Radio Aswaja FM Ponorogo di Era *New Media*

Tahapan terakhir dalam proses konvergensi media yaitu *controlling* (pengawasan) dari implementasi rencana-rencana yang telah disusun dan dilakukan. Tahap pengawasan ini juga salah satu tahapan yang tidak kalah penting dalam konvergensi media. Pengawasan merupakan tahapan untuk mengukur dan melihat tingkat keberhasilan dari proses penerapan strategi konvergensi media. Melalui pengawasan inilah selanjutnya dapat ditemukan kesalahan-kesalahan, ataupun kekurangan dalam pelaksanaannya.

Pengawasan yang dilakukan dapat menilai bagaimana progress pelaksanaan konvergensi. Pada tahap ini, yang dilakukan oleh Radio Aswaja FM adalah melakukan *checking* dan *monitoring* terhadap pelaksanaan strategi konvergensi. Hal tersebut dilakukan guna mengetahui permasalahan-permasalahan ataupun kendala yang dihadapi pada pelaksanaan konvergensi. Dengan begitu maka selanjutnya akan segera untuk dilakukan evaluasi bersama sehingga permasalahan yang terjadi dapat di atasi dan tidak terulang kembali.

Radio Aswaja FM memastikan bahwa melalui tahap pengawasan ini selanjutnya dapat diketahui apa saja yang perlu dicari solusi, apa yang perlu dievaluasi, dan apa yang perlu ditingkatkan lagi kedepannya. Apabila ada kekurangan segera ditindaklanjuti dan diperbaiki. Berkaitan dengan pengawasan ini semua yang terlibat dalam proses konvergensi juga memiliki hak untuk membantu mengawasi dan menyampaikan evaluasi. Semua tim atau staf radio berhak atas hal tersebut karena tidak harus diserahkan hanya kepada penanggung jawab atau koordinator masing-masing tim saja.

E. Analisis Hasil Konvergensi Radio Aswaja FM Ponorogo di Era *New Media*

Penerapan strategi konvergensi oleh Radio Aswaja FM setidaknya telah memberikan hasil yang cukup baik. Sesuai dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya media sosial juga sudah dimanfaatkan dengan baik. Radio Aswaja FM juga cukup gigih untuk mempertahankan eksistensinya karena tidak ingin kejadian dahulu terjadi kembali (berhenti mengudara atau beroperasi). Maka dengan segala kemampuan yang dimiliki, dukungan sumber daya manusia, dan material ini membuat Radio Aswaja FM berusaha untuk lebih maju dan lebih baik.

Melalui strategi konvergensi inilah yang kemudian membuat eksistensi Radio Aswaja FM masih dapat dipertahankan. Siaran radio yang dahulu hanya dapat disiarkan melalui gelombang frekuensi saja, kini sudah lebih maju karena siaran radio juga dapat disiarkan langsung secara online melalui aplikasi media sosial. Dengan adanya proses perkembangan tersebut maka

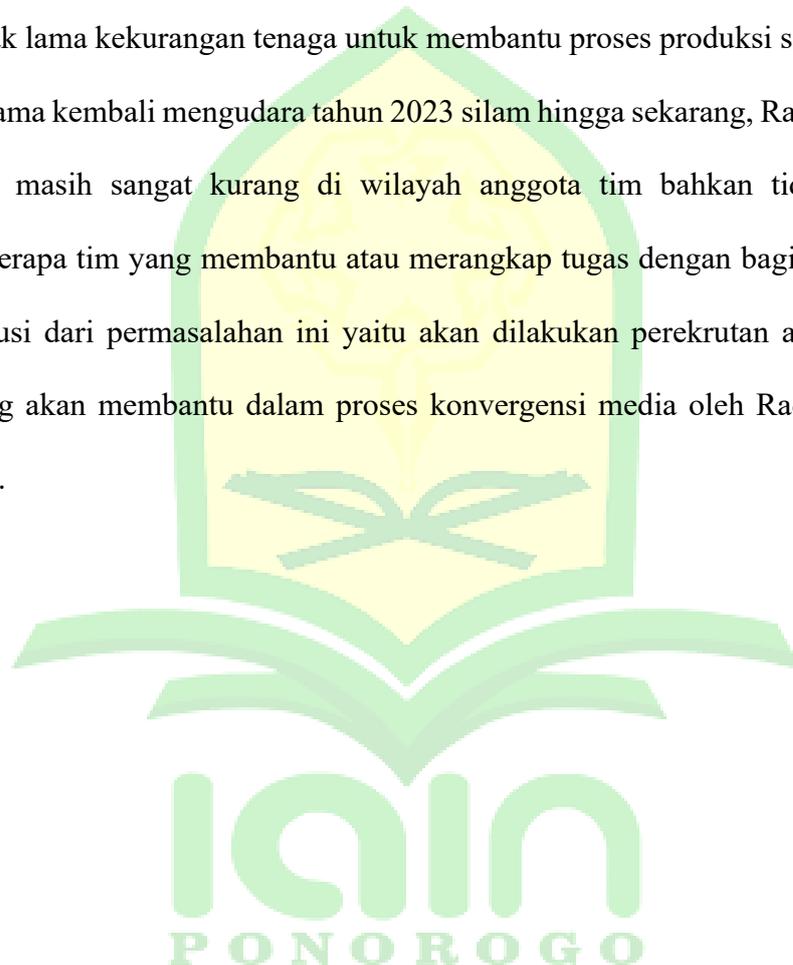
program siaran radio yang pada awalnya hanya dapat didengarkan saja, saat ini juga dapat ditonton secara visual melalui aplikasi YouTube, Facebook, TikTok, dan Instagram. Namun faktanya yang sudah sering berjalan selama ini hanya *live streaming* melalui aplikasi Youtube saja dan selanjutnya pihak Radio Aswaja FM juga berkomitmen untuk terus berusaha menyempurnakan dan memperluas pemanfaatan media digital dengan mengoptimalkan penggunaan aplikasi selain Youtube. Meskipun pada kenyataannya penggunaan Youtube ini sendiri juga masih banyak yang perlu dievaluasi.

Selanjutnya berdasarkan apa yang telah direncanakan sebelumnya maka telah diperoleh hasil berupa penambahan jumlah pendengar Radio Aswaja FM setiap harinya yang tidak hanya didengarkan oleh masyarakat Ponorogo tetapi juga luar Ponorogo seperti Trenggalek, Madiun, Magetan, Ngawi, Bojonegoro, bahkan hingga ke Surabaya, Semarang, dan Jakarta. Peningkatan pendengar radio ini diukur melalui jumlah total pendengar radio melalui website Radio Aswaja FM, PCNU Ponorogo, dan aplikasi Aswaja FM mobile. Hal tersebut yang kemudian juga membawa manfaat bagi perusahaan karena Radio Aswaja FM akan semakin besar dan terus dipercaya masyarakat. Selain itu, Radio Aswaja FM juga semakin mudah dijangkau audiens.

Dari beberapa keberhasilan strategi konvergensi Radio Aswaja FM tersebut maka tidak menutup kemungkinan jika masih terdapat kekurangan dalam penerapannya. Dalam pengembangan konten-konten di media sosial Radio Aswaja FM menurut peneliti sendiri masih kurang terkonsep dan perlu

penataan. Isi dari postingan di masing-masing media sosial juga belum cukup menarik. Untuk itu solusi dari permasalahan tersebut yaitu mengevaluasi isi atau konten media sosial Radio Aswaja FM untuk selanjutnya dapat dikonsept dengan baik sehingga terkesan lebih menarik.

Kendala lain yaitu sumber daya manusia dari perusahaan yang memang sejak lama kekurangan tenaga untuk membantu proses produksi siaran radio. Selama kembali mengudara tahun 2023 silam hingga sekarang, Radio Aswaja FM masih sangat kurang di wilayah anggota tim bahkan tidak sedikit beberapa tim yang membantu atau merangkap tugas dengan bagian lainnya. Solusi dari permasalahan ini yaitu akan dilakukan perekrutan anggota tim yang akan membantu dalam proses konvergensi media oleh Radio Aswaja FM.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian tentang Manajemen Konvergensi Radio Aswaja FM Ponorogo dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era *New Media* selanjutnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persiapan yang dilakukan Radio Aswaja FM untuk mempertahankan eksistensinya di era *new media* yang paling penting adalah administrasi radio berupa perizinan sebagai legalitas pelaksanaan operasional radio. Selanjutnya segala sesuatu yang dibutuhkan seperti peralatan, instrumen-instrumen, program-program, tim yang terlibat, bagaimana prakteknya, menyusun rencana jangka panjang melalui pemanfaatan media digital seperti Instagram, Facebook, Youtube, dan Tiktok sebagai sarana *live streaming* serta merancang program atau konten yang relevan secara kreatif dalam rangka menarik minat audiens.
2. Pengorganisasian yang dilakukan Radio Aswaja FM dalam mempertahankan eksistensinya di era *new media* yaitu dengan mengoptimalkan dukungan dan kinerja dari sumber daya manusia sebagai kunci keberhasilan perusahaan melalui pembagian tugas dan pekerjaan sesuai keahlian masing-masing individu atau tim.
3. Tahap pelaksanaan yang dilakukan Radio Aswaja FM dalam mempertahankan eksistensinya di era *new media* yaitu: pertama, dengan

memahami kebutuhan audiens terhadap penggunaan media sosial yang mempengaruhi penggunaan teknologi dalam produksi program atau konten, maka tidak perlu diproduksi secara konvensional. Kedua, merespon aktivitas audiens dalam dunia digital untuk dimanfaatkan sebagai sarana penyampaian informasi dan hiburan melalui *live streaming*. Ketiga, membuat program atau konten baru yang menarik dan kekinian sesuai dengan kebutuhan masyarakat baik dalam hal informasi maupun hiburan sebagai upaya untuk meningkatkan audiens.

4. Pengawasan yang dilakukan oleh Radio Aswaja FM dalam mempertahankan eksistensinya di era *new media* yaitu dengan melakukan *checking* dan *monitoring* dalam rangka evaluasi pelaksanaan konvergensi untuk selanjutnya mencari solusi atas kendala atau permasalahan-permasalahan yang terjadi, sehingga dapat segera ditindaklanjuti dan diperbaiki.
5. Hasil yang diperoleh oleh Radio Aswaja FM setelah menerapkan konvergensi sehingga dapat tetap eksis yaitu dapat dilihat melalui aktivitas siaran radio yang dahulu hanya dapat disiarkan melalui gelombang frekuensi saja, kini sudah lebih maju karena siaran radio disiarkan langsung secara online melalui aplikasi Aswaja FM atau melalui website <https://aswajafm.nuonorogo.or.id/> dan <https://nuonorogo.or.id/> serta aplikasi sosial media seperti Youtube. Selain itu, penerapan konvergensi oleh Radio Aswaja FM juga berdampak pada peningkatan jumlah pendengar radio dikarenakan

jangkauannya semakin luas berkat memanfaatkan perkembangan media digital saat ini.

B. Saran

1. Radio Aswaja FM diharapkan untuk selalu mengembangkan inovasi baik secara program, konten, maupun platformnya untuk mengikuti perkembangan media sehingga eksistensinya dapat dipertahankan .
2. Diharapkan Radio Aswaja FM selalu berupaya untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas siaran radio agar dapat menarik lebih banyak minat audiens untuk mendengarkan radio.
3. Radio Aswaja FM diharapkan untuk terus mendukung pelaksanaan konvergensi media sehingga dapat terus maju, berkembang, dan eksis agar selalu menjadi rujukan dan dipercaya pendengar setianya.
4. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya mengenai topik konvergensi media ataupun topik lain yang masih berkaitan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Ali. *Strategi Komunikasi Dakwah Radio Aswaja FM Dalam Menyebarkan Islam Nusantara*. Skripsi IAIN Ponorogo, 2018.
- Abdussamad, Zuchri. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press.
- Agus Prasetyo, Eko. *Strategi Konvergensi Radio Walisongo 95.6 Fm Pekalongan Melalui Media Online*. Skripsi UIN Walisongo, 2020.
- Arsyad, Azhar. *Pokok-Pokok Manajemen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Dwi Takariani, C. Suprapti. *“Eksistensi Media Lokal di Era Konvergensi”* Bandung: Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika, 2013.
- Elvinaro, Ardianto. *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 1986.
- Aulia Putri, Fanny. *“Opini Siswa Terhadap Tindakan Cyberbully Di Media Sosial”* *Jurnal Risalah*, 2014.
- Fattah, Nanang. *Landasan Manajemen Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008.
- Fruin, Wardrip-, Noah, and Nick Montfort. *The New Media Reader.pdf. ed. Noah Wardrip-Fruin*. London, England: The MIT Press, 2003.
- Haryanto, Ignatius. *Jurnalisme Era Digital: Tantangan Industri Media Abad 21*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2014.

Herlina, Novi. “Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat,” *Jurnal Risalah* Vol. 4, No. 2, 2017.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, [Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia](#). Diakses pada tanggal 30 Maret 2024 pukul 23.19 WIB.

<https://aswajafm.nuonorogo.or.id/>, Profil Radio Aswaja Fm Ponorogo. Diakses tanggal 12 September 2024 pukul 10.23 WIB.

Konvergensi Media: Pengertian dan Dampaknya, [Warta Perpustakaan](#). Diakses pada tanggal 1 April 2024 pukul 04.32 WIB.

Radio Republik Indonesia, [RRI.co.id - Jumlah Pendengar Radio Semakin Tergerus](#). Diakses pada tanggal 30 Maret 2024 pukul 23.45 WIB.

J Severin, Werner. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, Dan Terapan Di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana, 2011.

J. Moleong, Lexy. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2009.

Jasafat. *Konvergensi Komunikasi*. Banda Aceh: Ar-Raniry Press, 2019.

Jenkins, Henry. *Convergence Culture: Where Old and New Media*. New York: New York University Press, 2006.

Kansong, Usman. *Ekonomi Media, Pengantar Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Ghalia, 2009.

Kriyantono, Rachmat. *Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana, 2006.

- Kurnia, Novi. "Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi Terhadap Teori Komunikasi," *Jurnal Risalah* No. 56/DIKTI/Kep/2005, 2005.
- Kustiawan, Winda. "Sejarah Singkat Radio, Format, Perangkat Siaran, Revolusi, Serta Keunggulan dan Kelemahannya," *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi*, Vol 2 No. 3, 2022.
- Kusumawati, Widia. *Strategi Konvergensi Media Cetak Radar Madiun Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Cybermedia*. Skripsi IAIN Ponorogo, 2023.
- Latifah, Khansa', & Ismandianto. "Konvergensi Radio Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital Dan Covid-19," *Jurkom-Jurnal Riset Komunikasi*, Vol 4(1), 2021.
- Ma'rifah, Nidaul. *Aktivitas Dakwah Melalui Konvergensi Media Di Suara Muslim Surabaya*. Skripsi UIN Sunan Ampel, 2018.
- Maulana, Ilham. *Penerapan Konvergensi Radio Republik Inonesia (RRI Pro 2 Pekanbaru) Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital*. Skripsi UIN Sultan Syarif Kasim, 2023.
- Morissan. *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana, 2008.
- Mulyono, *Manajemen Administrasi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016.
- Nazir, Moh. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003.

- Nur Noviawati, Indri. *Konvergensi Radio Sonora 92.0 FM Jakarta Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital*. Skripsi UIN Syarif Hidayatullah, 2020.
- O'Donnell, Koontz-. *Principles of Management: An Analysis of Managerial Functions*. New York: McGraw Hill Book Company, 1968.
- Pramesti Rahmadiani, Diah Ayu. *Konvergensi Media Radio Shelter 95,3 FM Di Era Digital*. Skripsi UIN Syarif Hidayatullah, 2023.
- Rizky Susilo, Deby. *Pengaruh Konvergensi Media Massa Terhadap Kepuasan Pelanggan Lampungpost.id*. Lampung: Universitas Lampung, 2019.
- Ruslan, Rosady. *Metode Penelitian, Public Relations Dan Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006.
- Salim,. & Carolina. *Teori dan Pardigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya, 2001.
- Sedianingsih, Sri. "Konvergensi di Era Digital (Eksplorasi Media Komunikasi dalam Proses Belajar Mengajar di Era Digital)," *Jurnal Pendidikan Terbuka Jarak Jauh*, Vol. 19, No. 1, 2018.
- Sulvinajayanti. *Manajemen dan Konvergensi Media Penyiaran*. Makassar: Aksara Timur, 2018.
- Supadiyanto, *Pengantar Jurnalisme Konvergen*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020.
- Syamsul, Asep., & Romli, Muhammad. *Dasar-Dasar Siaran Radio*. Bandung: Nuansa, 2009.

[Tantangan Radio di Indonesia – Journalism Diary](#), diakses pada tanggal 14 Maret 2024 pukul 11.50 WIB.

Usman, Husaini. *Manajemen, Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.

Utami, Neni., Yoga Aditia, Muhammad., Nur Aisyah, Binti. “Penerapan Manajemen POAC (Planning, Organizing, Actuating Dan Controlling) Pada Usaha Dawet Semar Di Kabupaten Blitar,” *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, Vol.2, No.2, 2023.

