

ANALISIS PENERAPAN KONVERGENSI MEDIA PADA USAHA PENYIARAN RADIO DI PONOROGO

Nur Aini Shofiya Asy'ari & Mohammad Luthfi

Universitas Darussalam Gontor, Indonesia.

nurainishofia@unida.gontor.ac.id

Abstrak

Perkembangan new media beberapa tahun ini memaksa industri media mainstream bertransformasi mengikuti pola konsumsi informasi masyarakat yang telah beralih ke penggunaan new media. Terutama media mainstream radio yang tren kependengarannya (listenership) semakin turun dari tahun ke tahun. Pada tahun 2015 listenership radio hanya sekitar 14% dan terus menurun hingga 11% pada 2016. Masyarakat saat ini memilih gadget sebagai media informasi, internet dan media sosial menjadi bagian terpenting masyarakat. Menyadari fenomena ini, industri media mainstream khususnya radio banyak yang bersinergi dengan new media. Membuat aplikasi stasiun radio pada gadget, membuat portal website, radio streaming, video streaming dan akun media sosial, sebuah langkah atau strategi yang dikenal dengan istilah konvergensi media. Strategi konvergensi media juga diterapkan oleh radio-radio di Ponorogo. Hampir seluruh stasiun radio di Ponorogo yang telah menerapkan konvergensi media. Namun sejauhmana langkah ini efektif untuk menarik perhatian audien hingga berdampak pada listenership dan naiknya industri media radio perlu adanya penelitian lebih lanjut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konvergensi media diterapkan oleh radio-radio di Ponorogo dan sejauhmana dampaknya pada listenership masyarakat Ponorogo yang diharapkan mampu memberikan gambaran tentang sejauhmana konvergensi media membantu perkembangan radio di Ponorogo. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini menganalisa data-data yang sebelumnya didapatkan dari kegiatan survei lapangan dan wawancara tentang pelaksanaan konvergensi media radio-radio di Ponorogo kemudian dikaji dengan kajian teoritik Ilmu Komunikasi dan Konvergensi Media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 6 LPS LPK radio di Ponorogo, 5 radio telah melakukan konvergensi media dengan menggunakan hampir seluruh bentuk new media, namun tidak disertai tingkat pemahaman yang baik tentang apa itu konvergensi media sehingga langkah konvergensi tidak mencapai target yang diinginkan. Strategi konvergensi yang dilaksanakan oleh radio-radio di Ponorogo dilaksanakan hanya sekedar mengikuti perkembangan yang ada tanpa ada rumusan baku dalam pelaksanaannya.

Kata Kunci: *Konvergensi, New Media, Radio di Ponorogo*

ANALYSIS OF THE APPLICATION OF MEDIA CONVERGENCE IN RADIO BROADCASTING BUSINESSES IN PONOROGO

Abstract

The development of new media in recent years has forced the mainstream media industry to transform following the information consumption pattern of people who have switched using new media. Especially radio whose listenership trend is decreasing from year to year. In 2015 radio listenership was only around 14% and continued to decline to 11% in 2016. People are currently chooses gadgets as an information media, the internet and social media are the most important parts of society. Realizing this phenomenon, the mainstream media industry, especially radio stations, synergized with new media. Making radio station applications on gadgets, creating website portals, streaming radio, video streaming and social media accounts, a step or strategy known as media convergence. The media convergence strategy is also applied by radio stations in Ponorogo. Almost all radio stations in Ponorogo have implemented media convergence. But to know whether this step is effective to attract the attention of the audience to have an impact on listenership and the rise of the radio media industry needs further research. This study aims to find out how media convergence is applied by radios in Ponorogo and how media convergence helps the development of radio in Ponorogo. By using a qualitative approach, this study analyzes the data previ-

ously obtained from field survey activities and interviews about the implementation of radio-radio media convergence in Ponorogo then studied with theoretical studies of Communication Science and Media Convergence. The results showed that from 6 private radio stations in Ponorogo, 5 radios have converged media by using almost all forms of new media, but not accompanied by a good level of understanding of what media convergence is so that the convergence step does not reach the desired target. The convergence strategy carried out by radio stations in Ponorogo is carried out only by following existing developments without any standard formulation in its implementation.

Keywords: *Convergence, New Media, Radio in Ponorogo*

PENDAHULUAN

Media informasi mengalami perkembangan yang sangat cepat, menyesuaikan diri dengan kebutuhan manusia atas informasi yang efektif, praktis dan efisien. Pada tahun 1969 internet dibentuk untuk kepentingan militer. Pada 1972 email ditemukan Roy Tomlinson lalu lahirnya komputer jaringan atau network yang disebut www atau world wide web oleh Timothy Berners Lee tahun 1989. Sejarah panjang perkembangan internet mengantarkannya pada penemuan paling menggemparkan pada tahun 2000 yaitu penemuan internet yang terhubung dengan gelembung dot-com yang bisa menjangkau jutaan audience dengan biaya rendah.

Perkembangan internet juga berperan pada lahirnya media sosial. Dimulai pada tahun 1978 saat ditemukannya papan buletin yang memungkinkan seseorang untuk mengunggah atau mengunduh informasi, dapat berkomunikasi dengan menggunakan surat elektronik yang koneksi internetnya masih terhubung dengan saluran telepon dengan modem. Selanjutnya, lahirlah situs GeoCities, situs jejaring sosial Sixdegree.com, Blogger, Friendster, LinkedIn, Facebook, Twitter dan tentunya Google+.

Metamorfosa media informasi yang begitu cepat rupanya harus disikapi dengan kewaspadaan tinggi terutama bagi media konvensional seperti radio. Meski radio memiliki beberapa keunggulan seperti jangkauan luas dan bisa menembus ruang dan waktu, radio juga memiliki kelemahan yang harus disikapi dengan inovasi. Sifat radio adalah auditori, untuk didengarkan. Isi pesan siaran radio mudah hilang dari ingatan pendengar, dan tidak bisa diulang. Artinya pesan siaran radio bersifat sekilas, tidak rinci dan detil. Siaran radio juga tidak lepas dari gangguan yang bersifat teknis

(channel/mechanic noise factor). Karena kekuatan siaran radio adalah bunyi atau suara, maka unsur ini pula yang bisa menjadi kelemahan karena gangguan sinyal, suara terdengar menghilang atau terdapat noise.

Semakin canggih media informasi saat ini sementara radio sudah mulai ditinggalkan audience, maka saat ini usaha siaran radio sudah tidak lagi menggiurkan. Kompetitor siaran radio bukan lagi televisi tapi juga banyaknya situs online yang kecepatannya bisa mengalahkan karakter siaran radio. Bahkan, jejaring sosial juga menjadi pilihan masyarakat untuk berbagi informasi. Di tengah ramainya transformasi media saat ini, bisnis radio berada dalam masa sulit. Dari data media habit yang dirilis Nielsen terlihat bahwa tren mendengarkan radio terus turun bahkan pada 2015 berada pada angka 15,77%, berbanding terbalik dengan tren internet yang tembus pada angka 37.845%. Kehadiran internet juga terus menggerus belanja iklan radio. Karena itu, menghadapi era media baru yang serba digital maka radio pun bertransformasi dengan berkonvergensi dengan new media.

Maka maraklah radio yang saat ini hadir dengan strategi konvergensi media. Di Ponorogo sudah sekitar 13 stasiun radio yang sudah melakukan strategi konvergensi. Namun perlu diteliti lebih lanjut bagaimana strategi konvergensi tersebut berdampak pada tren kependengaran atas radio dan juga dampaknya pada industry radio di Ponorogo.

KAJIAN TEORI

Sejarah Penyiaran Radio

Radio awalnya cenderung diremehkan dan perhatian kepada penemuan baru itu hanya terpusat sebagai alat teknologi transmisi. Radio lebih banyak digunakan oleh militer dan

pemerintahan untuk kebutuhan penyampaian informasi dan berita. Radio lebih banyak dimanfaatkan para penguasa untuk tujuan yang berkaitan dengan ideologi dan politik secara umum. Peran radio dalam menyampaikan pesan mulai diakui pada tahun 1990 ketika informasi yang dikirimkan berhasil menyelamatkan seluruh penumpang laut yang mengalami kecelakaan dan tenggelam. Radio menjadi media yang teruji dalam menyampaikan informasi yang cepat dan akurat sehingga kemudian semua orang melirik radio.

Stasiun radio pertama muncul ketika seorang ahli teknik bernama Frank Conrad di Pittsburgh AS pada tahun 1920 secara iseng-iseng sebagai bagian dari hobi, membangun sebuah pemancar radio di garasi rumahnya. Conrad menyiarkan lagu-lagu, mengumumkan hasil pertandingan olahraga dan meyiarkan instrumen musik yang dimainkan putranya sendiri. Dalam waktu singkat Conrad berhasil mendapatkan banyak pendengar seiring dengan meningkatnya penjualan pesawat radio saat itu. Stasiun radio buatan Conrad diberi nama KDKA dan menjadikannya sebagai stasiun radio tertua di Amerika dan mungkin juga di dunia.

Perusahaan penyiaran National Broadcasting Company (NBC) adalah yang pertama kali membangun sistem jaringan radio pada tahun 1926. Dengan sistem jaringan, NBC menawarkan program kepada berbagai stasiun radio diberbagai wilayah yang bersedia menjadi anggota jaringan. Dengan demikian, berbagai stasiun radio saling terhubung satu sama lain sehingga membentuk jaringan.

Stasiun radio mulai memproduksi acaranya sendiri dan berkonsentrasi untuk mendapatkan iklan dari pemasang iklan lokal. Banyak eksperimen dilakukan stasiun radio, salah satunya di Midwest Amerika Serikat yang bereksperimen dengan mengamati volume penjualan album rekaman pada sejumlah toko penjualan album dan kemudian memutar lagu-lagu yang paling banyak dibeli orang di stasiun radionya. Hasil eksperimen ini sangat bagus. Pendengar sangat menyukai lagu-lagu yang disiarkan dan lahirlah format siaran radio pertama yaitu 'Top 40'. Keberhasilan ini kemudian melahirkan berbagai format siaran lainnya yang juga sukses. Format siaran Top 40 diadopsi banyak stasiun radio di dunia termasuk Indonesia.

Teori Konvergensi Media

Adalah penggabungan atau pengintegrasian media-media yang ada untuk digunakan dan diarahkan dalam satu titik tujuan tertentu (Briggs dan Burke, 2000:326). Kata integrasi media umum dipakai dalam perkembangan teknologi digital, integrasi teks, angka, gambar, video dan suara.

Konvergensi media tidak hanya pergeseran teknologi tapi juga pergeseran dalam paradigma industri, budaya dan sosial yang mendorong konsumen untuk mencari informasi baru. Hal ini sesuai dengan pernyataan Henry Jenkins dalam *Convergence Culture* 'Where Old Media and New Media Collide', bahwa konvergensi media merupakan proses yang terjadi sesuai dengan perkembangan budaya dalam masyarakat yang dipengaruhi teknologi media.

Konvergensi media menurut Henry Jenkins :

'Aliran konten di platform beberapa media, kerjasama antara industri beberapa media dan perilaku migrasi khalayak media.'

Sementara Terry Flew dalam *An Introduction to New Media* mendefinisikan konvergensi media sebagai hasil irisan tiga unsur new media, yaitu Jaringan Komunikasi, teknologi Informasi dan Konten Media. Pernyataan ini lebih dikenal dengan konsep 3 C :

- Computing : Memasukkan data ke dalam komputer
- Communication : Komunikasi
- Content : Materi isi

Kata kunci dari konvergensi adalah digitalisasi, karena seluruh bentuk informasi maupun data diubah dari format analog ke format digital dan dikirim dalam satuan bit (binary digit) . Karena informasi yang dikirim merupakan format digital, konvergensi mengarah pada penciptaan produk-produk yang aplikatif yang mampu melakukan fungsi audiovisual sekaligus komputasi. Sebagai contoh, saat ini komputer dapat difungsikan sebagai pesawat televisi, atau telepon genggam yang dapat menerima suara, tulisan, data maupun gambar tiga dimensi (3D).

Teori CMC (Computer Mediated Communication)

Komputer telah menjadi mediator manusia untuk dapat berkomunikasi dan berinteraksi

dengan pengguna komputer lain di tempat yang berbeda dalam waktu bersamaan yang disebut Computer Mediated Communication (CMC) atau komunikasi yang dimediasi oleh komputer. Dalam konteks ini, Computer Mediated Communication (CMC) dipandang sebagai integrasi teknologi komputer dengan kehidupan kita sehari-hari. Seperti yang disampaikan John Desember bahwa CMC adalah interaksi antar manusia melalui teknologi komputer dan saling berkaitan dalam proses membentuk media untuk tujuan yang beraneka ragam (December, 1997:25).

Menurut Joseph Walther dan Malcoms Parks, ada beberapa bentuk teknologi internet yang cenderung menarik di CMC yaitu email, mailing list, weblog, dan instant messaging (Thurlow, 2004:24).

Internet dapat dilihat sebagai media massa yang menambahkan hubungan one-to-one (diaplikasikan melalui e-mail), many-to-many (diaplikasikan pada listservs), dan many-to-one (website korporasi yang biasanya berbasis blog). Dengan kata lain, internet sebagai media massa telah membantu menjelaskan beberapa aspek peristiwa secara online.

New Media

Website

Website dalam bahasa Indonesia disebut situs, yang berarti sejumlah halaman web yang memiliki topik saling terkait, terkadang juga disertai dengan berkas-berkas, gambar, video dan lain-lain. Website diakses melalui internet dengan bantuan perangkat lunak dimana salah satu yang paling penting adalah HTML (hyper text markup language) yaitu sebuah bahasa resmi pemrograman untuk membuat sebuah website yang ditemukan Tim Berners Lee pada tahun 1989, seorang staff ahli di CERN (Consil European Pour larecherche Nucleaire).

Website biasanya terdiri dari beberapa halaman web yang saling berhubungan. Hubungan antara halaman satu dengan yang lainnya disebut dengan hyperlink. Sebuah website bisa diakses melalui software seperti Browser, Mozilla, Google Chrome, Safari dan Opera.

Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas dasar ideologi dan teknologi web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user generated content..

Media sosial yang saat ini menjadi raksasa media, diawali kemunculannya dengan penemuan sistem papan buletin pada tahun 1978 yang memungkinkan seseorang dapat berhubungan dengan orang lain menggunakan surat elektronik, lalu diikuti lahirnya situs GeoCities tonggak awal berdirinya website-website.

Situs jejaring sosial pertama muncul pada tahun 1997 bernama Sixdegree.com, Friendster yang booming dan fenomenal pada 2002, LinkedIn dan MySpace pada 2003 dan Facebook pada tahun 2004 yang memiliki pengguna. Selanjutnya tumbuhlah berbagai media sosial seperti twitter dan instagram.

Difusi Informasi

Adalah suatu proses komunikasi yang menetapkan titik tertentu dalam penyebaran informasi informasi melalui ruang dan waktu dari satu agen ke agen yang lain. Salah satu saluran yang penting adalah media massa.

Karena itu model difusi mengasumsikan bahwa media massa mempunyai efek yang berbeda pada titik-titik waktu yang berlainan, mulai dari menimbulkan tahu sampai mempengaruhi adopsi.

Menurut Rogers, inovasi merupakan ide, cara atau objek yang dianggap sebagai sesuatu yang baru. Inovasi akan diterima masyarakat jika memiliki empat elemen pokok :

- Inovasi: gagasan, tindakan atau barang yang dianggap baru oleh seseorang. Kebaruan inovasi diukur secara subjektif menurut pandangan individu yang menerimanya. Jika suatu ide dianggap baru oleh seseorang maka hal itu adalah inovasi untuk orang itu. Konsep 'baru' dalam ide yang inovatif tidak harus baru sama sekali.

- Saluran komunikasi adalah alat untuk menyampaikan pesan-pesan inovasi dari sumber-sumber ke penerima. Dalam memilih saluran komunikasi paling tidak harus memperhatikan beberapa hal :

- (a) Tujuan diadakannya inovasi
- (b) Karakteristik penerima

Jika komunikasi dimaksudkan untuk memperkenalkan suatu inovasi kepada khalayak banyak dan tersebar luas maka saluran komunikasi yang lebih tepat, cepat dan efisien adalah media massa.

- Jangka waktu. Proses keputusan inovasi dari mulai seseorang mengetahui sampai memutuskan untuk menerima atau menolaknya, serta pengukuhan terhadap pengukuhan itu sangat berkaitan dengan dimensi waktu. Dimensi waktu itu paling tidak terlihat pada
 - (a) Proses pengambilan keputusan inovasi
 - (b) Keinovatifan seseorang
 - (c) Kecepatan pengadopsian inovasi dalam sistem sosial.
- Sistem sosial. Kumpulan unit yang berbeda secara fungsional dan terikat dalam kerjasama untuk memecahkan masalah dalam rangka mencapai tujuan bersama.

Sementara itu tahapan dari proses pengambilan keputusan inovasi mencakup :

1. Tahap munculnya pengetahuan (*knowledge*) ketika seseorang individu diarahkan untuk memahami eksistensi dan keuntungan serta bagaimana suatu inovasi berfungsi.
2. Tahap persuasi (*persuasion*) ketika seorang individu atau unit pengambilan keputusan lainnya membentuk sikap baik atau tidak baik.
3. Tahap keputusan (*decisions*) muncul ketika seorang individu atau unit pengambilan keputusan lainnya terlibat dalam aktifitas yang mengarah pada pemilihan adopsi atau penolakan terhadap suatu inovasi.

4. Tahapan implementasi (*implementation*), yaitu ketika seorang individu atau unit pengambilan keputusan lainnya menetapkan penggunaan suatu inovasi.
5. Tahap konfirmasi (*confirmation*), yaitu ketika seorang individu atau unit pengambilan keputusan lainnya mencari penguatan terhadap keputusan penerimaan atau penolakan inovasi yang sudah dibuat sebelumnya.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, data primer akan diperoleh dengan cara kuesioner dan wawancara. Wawancara yang akan digunakan peneliti adalah wawancara terstruktur yang ditujukan pada pengambil keputusan atau pihak yang melakukan strategi konvergensi media. Wawancara terstruktur yaitu wawancara dimana peneliti menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

Data sekunder diperoleh melalui dokumen, khususnya dokumen tertulis baik yang berupa *handout* resmi maupun buku. Fungsi dokumen sebagai data sekunder adalah pertama, membantu verifikasi ejaan dan judul atau nama yang benar dari organisasi-organisasi yang telah disinggung dalam wawancara. Kedua, dokumen dapat menambah rincian spesifik lainnya guna mendukung informasi dari sumber-sumber lain.

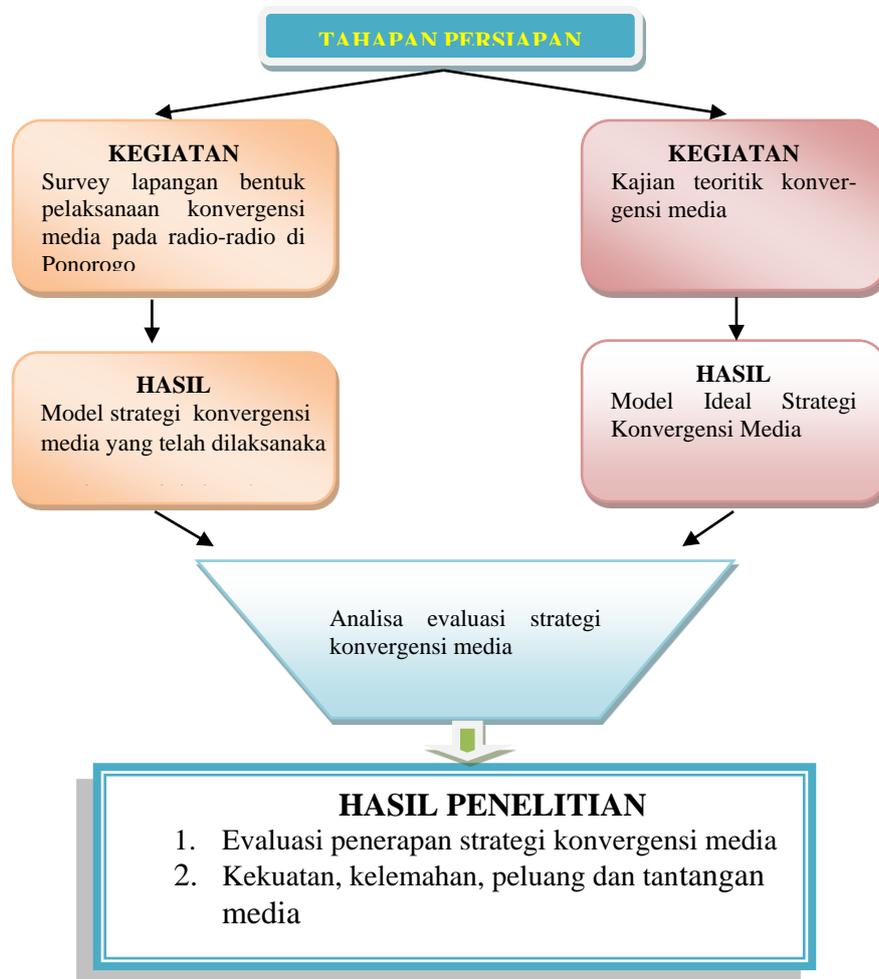
Dalam analisa data penelitian ini peneliti menggunakan analisis naratif. Riessman (1993) dalam Denzin (2009) mengatakan, analisis naratif adalah analisis yang tidak baku, hampir selalu intuitif dari peneliti sendiri. Analisis naratif biasanya berpijak pada sudut pandang sang pencerita dan bukan masyarakat. Hasil wawancara yang sudah diberi kode dinarasikan kembali dengan bahasa peneliti. Dalam hal ada kalimat yang memiliki pesan kuat, maka kalimat langsung dari informanlah yang dituliskan. Konsep analisis narasi adalah menarasikan hasil penelitian ini dari sudut pandang orang-orang yang mengalami kondisi seperti apa yang sedang digali dalam penelitian. Dalam hal ini narasumber-narasumber yang dipilih diminta untuk menarasikan dan mengungkapkan dengan jelas seperti apa mereka menghadapi konvergensi di ling-

kungan kerja mereka. Peneliti merekonstruksikan menjadi sebuah narasi dengan mengikuti alur pikir narasumber. Ada beberapa bentuk analitis di dalam analisis naratif. Salah satunya adalah analisis naratif dengan perspektif formalistik. Dalam perspektif formalistik ini teks memiliki koherensi internal yang disatupadukan dengan dasar kode, sintaksis, gramatika, dan bentuk. Menurut Johnston (2005), dalam analisis naratif data diperlakukan seperti pada penelitian kualitatif lainnya, yaitu dilakukan proses koding. Namun agak berbeda karena dalam proses koding, terdapat beberapa

pertanyaan tertentu yang harus dijawab berdasarkan hasil wawancara.

Dalam penelitian ini, pemaparan hasil penelitian akan menggabungkan antara hasil wawancara yang sudah dikoding dan dinarasikan oleh peneliti dengan kutipan langsung narasumber sebagai penegas atau penguat.

Penelitian dengan judul 'Analisis Penerapan Konvergensi Media Pada Radio di Ponorogo' ini dilaksanakan dengan beberapa tahapan. Secara sederhana alur penelitian bisa dijelaskan dengan bagan berikut ini :



METODE PENELITIAN

Hasil yang didapatkan dari observasi lapangan radio-radio di Ponorogo dalam penerapan konvergensi media adalah sebagai berikut :

No	Nama Radio	Melakukan konvergensi		Bentuk konvergensi										
		Ya	Tidak	Website	Radio streaming	Radio on demand	Video Streaming	Youtube	Aplikasi android	Medsos				
										Facebook	Twitter	IG	BBM	WA
	LPS Gema Surya			√	√	X	X	X	√					
	LPS Duta Nusantara			√	√	X	X	X	X					
	LPK Suhu FM			√	√	X	X	X	√					
	LPK Gerbang FM			X	X	X	X	X	X					
	LPK Shakuntala FM			X	X	X	X	X	X					
	LPK Matrix FM			√	√	X	X	√	√					

Sumber; Data Primer diolah, 2018

Dari data tersebut diketahui bahwa dari 6 LPS/LPK radio di Ponorogo, 5 diantaranya telah melakukan konvergensi radio dalam beberapa bentuk kecuali radio *on demand*, *video streaming* dan *youtube*. Matrix FM dan Gema Surya Radio tercatat sebagai radio paling aktif dalam melakukan konvergensi media berupa website, radio streaming, aplikasi android dan media sosial (facebook, twitter, IG, BBM dan Whatapps). Hal ini menunjukkan bahwa radio-radio (LPS/ LPK) telah mengikuti pola perubahan konsumsi media masyarakat yang saat ini cenderung menggunakan new media dalam akses informasi.

Namun, selanjutnya perlu diketahui apakah LPS LPK radio yang melakukan konvergensi media tersebut benar-benar memahami tentang apa itu konvergensi media, manfaat dan cara pengelolaannya sehingga bisa menjangkau target yang diinginkan. Dari temuan data di lapangan diketahui bahwa rata-rata LPS LPK radio di Ponorogo yang melakukan konvergensi media bahkan tidak memahami bahwa apa yang telah dilaksanakan selama ini dengan menggunakan new media dalam proses penyiarannya adalah konvergensi media. Sebagai contoh, radio SUHU FM (radio

komunitas pondok pesantren) mengaku bahwa mereka tidak mengetahui tentang konvergensi media meski mereka telah 3 (tiga) tahun memakai website, radio streaming dan aplikasi android. Tujuan mereka menggunakan new media tersebut semata-mata adalah untuk menjangkau alumni pondok yang lokasinya cukup jauh agar tetap bisa mengakses informasi dan dakwah yang disiarkan SUHU FM. Karena tidak memahami tentang konvergensi media maka dalam pelaksanaannya SUHU FM mengalami beberapa masalah yaitu pada sumber daya manusia dan maintenance peralatan new media tersebut. Masrur sebagai pengurus harian SUHU FM mengaku tidak memberikan treatment khusus dalam pengelolaan new media dengan menempatkan SDM khusus termasuk tidak membekali mereka dengan skill dan pemahaman tentang konvergensi media termasuk maintainencenya. Radio lain yang juga sama sekali tidak memahami tentang konvergensi media adalah Gerbang FM, Andika Febrianata selaku pimpinan radio Gerbang FM mengaku, mereka menggunakan facebook dan whatapps hanya mengikuti perkembangan yang ada bukan karena memahami bahwa menggunakan

facebook dan whatapps adalah bentuk strategi konvergensi media.

Namun berbeda dengan radio Gema Surya yang mengaku menggunakan new media karena menyadari industri radio sedang lemah dan membutuhkan untuk sinergi dengan new media. Radio Gema Surya saat ini menggunakan hampir seluruh bentuk new media untuk konvergensi, kecuali video streaming, radio on demand dan youtube. Arif Mashudi selaku bagian program radio Gema Surya mengaku bahwa radio Gema Surya beberapa saat lalu sedang turun pengelolannya dan saat ini sedang mencoba bangkit kembali dengan menggunakan strategi konvergensi media. Menurut Arif, kendala yang dihadapi Radio Gema Surya saat ini adalah keterbatasan SDM dan tingkat pemahaman atas konvergensi media yang masih minim.

Peneliti juga melakukan survei terhadap pendengar radio di Ponorogo sebagai salah satu upaya keabsahan data. Survei tersebut dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana respon pendengar terhadap adanya new media yang digunakan media radio untuk mendukung kegiatan penyiarannya. Apakah pendengar radio aware dengan keberadaan new media yang dipakai LPS LPK radio di Ponorogo atau masih mengakses radio secara konvensional.

Hasil survey dilapangan kepada 6 responden menunjukkan bahwa 4 dari 6 pendengar radio masih memilih media radio (mainstream) dalam mengakses radio. Baru 2 diantaranya yang menggunakan new media (media sosial). Hal ini sangat dipengaruhi oleh tingkat usia pendengar radio. Pendengar yang mengaku menggunakan new media (media sosial) dalam mengakses radio adalah pendengar usia muda (15 tahun).

KESIMPULAN

Beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan penelitian dengan judul Analisis Penerapan Konvergensi Media pada Radio-radio di Ponorogo adalah sebagai berikut :

1. Dari 6 LPS LPK radio resmi di Ponorogo, rata-rata telah melaksanakan konvergensi media dengan menggunakan beberapa bentuk new media dalam kegiatan penyiaran untuk mendukung industri radio. Beberapa

bentuk new media yang digunakan adalah website, radio streaming, aplikasi android, youtube dan media sosial (facebook, instagram, BBM dan Whatapps). New media yang sama sekali belum dipakai dalam konvergensi media adalah radio on demand dan video streaming.

2. Meski melaksanakan konvergensi media dengan menggunakan beberapa bentuk new media dalam kegiatan siaran radio, radio-radio di Ponorogo belum benar-benar mengetahui tentang definisi, maksud, tujuan, manfaat dan tantangan konvergensi media. Hal ini menyebabkan langkah konvergensi tidak berjalan baik dan sesuai dengan target yang diharapkan.
3. Beberapa kendala yang merupakan tantangan radio-radio di Ponorogo dalam pelaksanaan konvergensi media adalah kurangnya sumber daya manusia yang difokuskan untuk mengelola new media, kurangnya maintenance tool new media termasuk masih kurang lengkapnya bentuk new media yang digunakan dan manajemen pengelolaan konvergensi media. Radio-radio di Ponorogo yang melaksanakan konvergensi terkesan masih sekedar mengikuti tren memakai new media namun tidak benar-benar memaksimalkannya.

SARAN

Beberapa kesimpulan diatas mengarahkan peneliti pada beberapa rekomendasi penelitian, yaitu :

1. Di era teknologi informasi yang didominasi oleh new media, maka radio sebagai media mainstream mau tidak mau harus berintegrasi dengan new media. New media dalam perspektif konvergensi media bisa menjadi etalase baru bagi produk-produk siaran (informasi dan hiburan) yang selama ini hanya disiarkan melalui frekuensi radio. Semakin banyak bentuk new media yang digunakan maka semakin banyak etalase sebagai media produk siaran radio.
2. Hal yang patut diingat oleh LPS LPK radio-radio yang melakukan konver-

gensis bahwa konvergensi bukan hanya memindah konten atau produk siaran radio ke new media namun bagaimana agar konten dalam new media tersebut dapat mempengaruhi khalayak untuk kembali mendengarkan radio

3. Beberapa hal yang penting untuk dilaksanakan oleh LPS LPK radio yang melakukan konvergensi antara lain, penguatan SDM pelaksana konvergensi dengan edukasi dan pendampingan. Selain itu juga penting untuk melaksanakan riset tren pendengar radio untuk mengukur sejauh mana keefektifan strategi konvergensi yang telah dilaksanakan, termasuk untuk mengetahui bagaimana tren perubahan khalayak dalam mengakses informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Blanchard, Olivier. 2015. *Social Media ROI*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Crispin, Thurlow, Lengel, Laura & Tomic, Alice. 2004. *Computer Mediated Communication : Social Interaction and The Internet*. California: SAGE Publications.
- Gamble and Gamble.2005. *Communication works* (Eight ed). New York: McGraw Hill
- Jalaluddin Rakhmat. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Lexy J Moleong. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Onong Uchjana. 2001. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Prenadamedia Grup.
- Nasution, 2003. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung : Tarsito.
- Patton, Michael Quinn. 2002. *Qualitative Evaluation And Research Methods* \3 edition). California: Sage Publications.
- Philips, Kotler. 2001. *Manajemen Komunikasi Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian Edisi 5 Jilid 2*. Jakarta:Erlangga.
- Ronny Kountur. 2007. *Metode Penelitian*. Jakarta: PPM.

_____. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Sawyer, Stacey C & Williams, Brian K. 2011. *Using Information Technology*. New York: Mc Graw – Hill Company.

Wood, Andrew F & Smith, Matthew J. 2005. *Online Communication: Linking Technology, Identity and Culture*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Jurnal / penelitian/ artikel

Megawati Wahyudianata. 2007. *Televisi dan Pergeseran Konsep Seks Normatif : Pengaruh Tayangan Pornomedia Televisi dan Agama Terhadap Sikap Seks Mahasiswa S1 Kota Surabaya dalam Jurnal Ilmiah Scriptura ISSN 1978-385X Vol.I No.1 Januari 2007*

Website

- <https://id.m.wikipedia.org/wiki/facebook>
http://id.m.wikipedia.org/wiki/media_sosial
https://id.wikipedia.org/wiki/sejarah_internet
https://id.m.wikipedia.org/wiki/sejarah_radio
<http://id.wikipedia.org/wiki/twitter>
<http://storyof-ml.blogspot.co.id/2014/09/awal-mula-terbentuknya-sosial-media.html>