

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

Hasil dan Analisis Penelitian ini akan dipaparkan dalam beberapa bagian pembahasan. Bagian awal akan memaparkan gambaran umum subjek penelitian yakni enam informan dari dua stasiun radio. Pembahasan berikutnya adalah konvergensi media pada dua stasiun radio dengan sub bab bahasan yaitu bentuk bentuk perubahan dan strategi penyiaran radio di era digital. Selanjutnya adalah penerapan konvergensi media kontinum pada dua stasiun radio, dimana konvergensi kontinum ini memiliki 5 tahap yaitu *Cross Promotion* , *Cloning*, *Coopetition*, *Content Sharing*, dan *Full Convergence*.

4.1. Gambaran Umum Subjek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah *staff* dari 2 stasiun radio yaitu RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta. Dengan posisi atau *jobdesk* yang berbeda yang terdiri dari *management* acara atau program, bidang pengembangan usaha atau *business development*, dan *staff* media baru atau IT. Pemilihan informan dengan *jobdesk* yang berbeda ditujukan agar dapat melihat bagaimana konvergensi media atau perubahan perubahan dilihat dari berbagai sisi di setiap stasiun radio. Jumlah informan sebanyak 6 orang.

Informan 1

Informan pertama pada penelitian ini adalah Istikomah. Beliau merupakan seorang Ketua Tim Perencana Program dan Evaluasi RRI Jakarta. Beliau telah bekerja di RRI selama 33 tahun.

Alasan peneliti memilih Istikomah sebagai informan pada penelitian ini karena informan merupakan seorang yang terlibat langsung dengan strategi perencanaan dan evaluasi program di RRI Jakarta, hal tersebut berkaitan dengan strategi konvergensi media yang dilakukan oleh radio siaran publik sehingga radio dapat bertahan di era digital. Pengalaman bekerja di RRI selama 33 tahun menjadi

satu alasan bagi peneliti menganggap bahwa informan mengetahui dan terlibat langsung dengan proses konvergensi media RRI.

Informan 2

Informan kedua pada penelitian ini adalah Stanislaus Jumar Sudyana. Beliau merupakan seorang Assistant Manager Program dan Content Radio Sonora Jakarta. Beliau telah bekerja di Radio Sonora selama 23 tahun.

Alasan peneliti memilih Jumar sebagai informan pada penelitian ini karena informan merupakan seorang yang terlibat langsung dengan strategi perencanaan program dan konten radio Sonora serta evaluasi, hal tersebut berkaitan dengan strategi konvergensi media yang dilakukan sehingga radio dapat bertahan di era digital. Peneliti menganggap informan memahami bagaimana proses serta strategi konvergensi media pada Radio Sonora Jakarta dengan melihat dari segi strategi perencanaan program dan konten penyiaran. Jabatan informan sebagai Assistant Manager Program dan Content di Radio Sonora bertanggung jawab atas kualitas isi dan konten pemberitaan radio, kemudian melakukan supervisi kepada crew redaksi serta memberikan arahan kerja, melakukan koordinasi dengan departemen lain, serta melakukan evaluasi program dan kinerja tim Radio Sonora Jakarta.

Informan 3

Informan ketiga dalam penelitian ini adalah Aden Muhammad Darlian. Beliau merupakan seorang yang menjabat sebagai Koordinator Bidang Layanan Umum di LPP RRI Jakarta. Beliau telah bekerja di RRI selama 28 tahun.

Alasan peneliti memilih Aden sebagai informan dalam penelitian ini karena informan merupakan seorang yang terlibat langsung dengan proses konvergensi media radio siaran publik dengan melihat dari konvergensi yang berdampak pada bidang Layanan Umum dan pengembangan usaha. Konvergensi media yang terjadi pada radio juga memberikan dampak pada Bidang layanan umum dan pengembangan usaha pada siaran radio dan non radio, seperti perannya dalam menjalankan kegiatannya seperti kegiatan promosi, operasional, hubungan luar, dan media dan melakukan inovasi serta evaluasi, hal tersebut juga berkaitan dengan bagaimana strategi konvergensi media RRI Jakarta.

Informan 4

Informan keempat pada penelitian ini adalah Stanislaus Jumar Sudyana. Selain menjabat sebagai Assistant Manager Program dan Content Radio Sonora, informan merupakan seorang yang bertanggung jawab pada bidang layanan dan pengembangan usaha di Radio Sonora Jakarta atau disebut dengan Business Development Radio Sonora.

Alasan peneliti memilih Jumar sebagai informan dalam penelitian ini karena informan merupakan seorang yang terlibat langsung dengan proses konvergensi media radio siaran publik dengan melihat dari konvergensi yang berdampak pada bidang Layanan Umum dan pengembangan usaha di Radio Sonora Jakarta. Informan bertanggung jawab atas memberikan ruang atau jalan yang dapat dilalui tim business untuk menjalin komunikasi dengan calon klien. Dengan masa kerja informan yang terhitung sudah 23 tahun di radio Sonora, dimana pada tahun 2023 ini radio Sonora telah berusia 51 tahun, peneliti menganggap bahwa informan paham mengenai konvergensi media yang dilakukan oleh Radio Sonora Jakarta sebagai salah satu radio siaran swasta.

Informan 5

Informan kelima pada penelitian ini adalah Syamsuri. Beliau merupakan seorang Koordinator Lapangan Bidang Teknologi Media Baru RRI Jakarta. Beliau telah bekerja di RRI selama 33 tahun.

Alasan peneliti memilih Syamsuri sebagai informan dalam penelitian ini karena informan menjabat sebagai Koordinator Lapangan Bidang Teknologi Media Baru di RRI Jakarta, selain itu masa kerjanya selama 33 tahun tersebut dan pengalamannya, membuat peneliti menganggap bahwa informan memahami perubahan-perubahan atau konvergensi media RRI dilihat dari sarana prasarana yang digunakan.

Informan 6

Informan keenam pada penelitian ini adalah Heskie. Beliau merupakan seorang IT Support di Radio Sonora Jakarta. Beliau baru bergabung dengan Radio Sonora Jakarta selama 3,5 tahun.

Alasan peneliti memilih Heskie sebagai informan dalam penelitian ini karena informan merupakan seorang IT Support di Radio Sonora yang bertanggung jawab atas kebutuhan yang diperlukan dalam penyiaran, maintenance server dan internet, serta hal hal yang berhubungan dengan IT. Hal tersebut membuat peneliti menganggap bahwa informan memahami perubahan-perubahan atau konvergensi media yang telah dilakukan oleh Radio Sonora dilihat dari sarana prasarana yang digunakan untuk mendukung kegiatan siaran.

Tabel 4.1 Tabel Deskripsi Informan

Deskripsi	Istikomah (Informan 1)	Jumar (Informan 2)	Aden (Informan 3)	Jumar (Informan 4)	Syamsuri (Informan 5)	Heskie (Informan 6)
Jabatan	Ketua Tim Perencana Program dan Evaluasi RRI Jakarta	Assitant Manager Program dan Content Radio Sonora Jakarta	Koordinator Bidang Layanan Umum RRI Jakarta	Bidang Pengembangan Usaha / Business Development Sonora	Koordinator Lapangan Teknologi Media Baru RRI Jakarta	IT Support Radio Sonora Jakarta
Lama Bekerja	30 Tahun	23 Tahun	28 Tahun	23 Tahun	33 Tahun	4,5 Tahun
Tugas dan Tanggung Jawab	Bertanggung jawab atas perencanaan dan evaluasi konten Program RRI Jakarta	Bertanggung jawab terhadap kualitas isi dan konten pemberitaan, melakukan koordinasi, supervisi kepada crew redaksi dan memberikan arahan kerja, lalu bertanggung jawab dalam berkoordinasi dengan divisi atau departemen lain serta evaluasi program dan kinerja tim	business development sekaligus menjadi public relations yang menjembatani informasi mengenai internal dan eksternal	Bertanggung jawab dalam memberikan support dan memberikan ruang atau membukakan jalan bagi bisnis untuk menjalin komunikasi dengan calon klien	Tanggung jawab dalam mengkoordinasikan tim dan berdiskusi dengan tim dan memenuhi kebutuhan program	Memenuhi kebutuhan yang berhubungan dengan IT, maintenance server dan internet

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Temuan Menarik :

1. 5 dari 6 Informan telah bekerja di masing masing perusahaan selama lebih dari 20 tahun
2. Terdapat 1 informan yang memegang 2 jabatan sekaligus yaitu Jumar dari radio Sonora yang bertanggung jawab sebagai Assistant Manager Program dan Content Radio Sonora, dan juga bertanggung jawab sebagai Business Development Radio Sonora.

Peneliti menemukan temuan yakni 5 dari 6 informan yang peneliti wawancarai telah bekerja dimasing masing perusahaan selama lebih dari 20 tahun yaitu 23 tahun, 28 tahun, 30 tahun, dan 33 tahun, sementara 1 informan dari Radio Sonora yaitu Informan 6 (Heskie) baru bekerja di Radio Sonora selama 3,5 tahun. Hal ini merupakan temuan unik karena penelitian ini dilakukan karena ingin melihat bagaimana konvergensi media yang dilakukan oleh radio siaran publik dan radio siaran swasta dengan usia lebih dari 50 tahun atau radio lawas. Dengan melakukan wawancara kepada informan yang telah bekerja selama lebih dari 20 tahun di masing masing perusahaan, menunjukkan bagaimana kredibilitas dalam sebuah profesi yang dimiliki informan. Kredibilitas dalam sebuah profesi merujuk kepada nama baik, reputasi, bahkan pengalaman seseorang pada bidangnya. Kredibilitas juga dapat menjadi tolak ukur terkait bagaimana profesi seseorang dapat dipercaya (detik.com).

Pengalaman bekerja yang didapatkan dari lamanya bekerja diperusahaan selama lebih dari 20 tahun membuat informan juga merasakan bagaimana perubahan-perubahan dan adaptasi yang terjadi di RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta, dimulai dari perubahan-perubahan di era digital, strategi penyiaran radio di era digital, hingga tahap konvergensi media yang dilakukan dari setiap bidang atau departemen masing-masing. Berdasarkan wawancara yang dilakukan perubahan-perubahan atau adaptasi radio baik RRI Jakarta maupun Radio Sonora Jakarta menunjukkan dampak positif yang membuat RRI dan Radio Sonora dapat tetap bertahan selama lebih dari 50 tahun.

Temuan unik lainnya menunjukkan bahwa terdapat informan yang memegang 2 posisi atau jabatan sekaligus dalam satu perusahaan yaitu Jumar yang

merupakan informan 1 sebagai Assistant Manager Program dan Content dan informan 4 sebagai Business Development di Radio Sonora Jakarta. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya Jabatan Rangkap di Radio Sonora Jakarta. Jabatan Rangkap merupakan seseorang yang sama, menempati 2 atau beberapa jabatan atau memiliki lebih dari satu jabatan secara bersamaan (kppu.go.id).

4.2. Hasil dan Pembahasan

4.2.1. Konvergensi Media Pada Radio Siaran Publik dan Radio Siaran Swasta yang Berusia Lebih Dari 50 Tahun di Era Digital

4.2.1.1. Bentuk Bentuk Perubahan dan Strategi di Era Digital

Perubahan dalam mengkonsumsi media memunculkan jenis pendengar yang terintegrasi melalui pendengar radio baik FM maupun *streaming online* dan pengguna jaringan sosial yang terlibat secara aktif baik dalam produksi maupun sharing content, hal ini disebut dengan *e-listeners* menurut Cordeiro (dalam Haryati, 2020). Penggunaan media sosial menjadi salah satu cara masyarakat sebagai konsumsi mereka terhadap informasi yang diberikan oleh radio.

Media radio melakukan konvergensi untuk tetap bertahan di era digitalisasi dengan melakukan *multiplatform*. Konvergensi media yang dilakukan pada media radio tak terlepas dari berbagai strategi yang disusun seperti strategi untuk siaran dan juga untuk media lain yang digunakan. Begitu pula dengan RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta yang telah mengudara lebih dari 50 tahun yang mengalami perubahan-perubahan dan adaptasi di era digital.

Pada penjelasan ini keenam informan menjelaskan pengetahuan mereka terkait dengan Konvergensi Media yang dilakukan pada radio siaran publik yaitu RRI Jakarta dan radio siaran swasta yaitu Radio Sonora Jakarta di era digital. Keenam informan dengan jobdesk yang berbeda menjelaskan sesuai dengan perubahan atau adaptasi yang terjadi sesuai dengan yang dialami atau sesuai dengan pandangan dari jobdesk mereka masing masing. Informan 1 menjelaskan bahwa adaptasi RRI di era digital sudah dilakukan oleh RRI Jakarta dengan menggunakan

berbagai *platform* media, RRI Jakarta bahkan memiliki aplikasi sendiri. Berikut pernyataan informan 1:

“Konvergensi media digital saat ini RRI khususnya rri jakarta sudah menggunakan semua *platform* yang ada untuk memperluas program-program kami, sekarang kami sudah punya aplikasi rri play go, kami punya kbrn, kami juga me nge *blast* di semua sosial media kami, aplikasi yang kita miliki menayangkan secara *live* program program rri jakarta baik program 1, program 2, dan program 4, silakan bisa *download* aplikasi kami RRI Play Go ada siaran *live* program 1 ada musik, silakan menyusun *playlist* musiknya sendiri, ada podcast, ada berita, dan satu pantauan kami yang terbaru atau suatu program terbaru di rri play go kami adalah pantauan jalan tol dan kota”. [Istikomah, Hasil Wawancara, 9 Mei 2023]

Disamping itu pernyataan informan 2 tidak jauh berbeda dengan informan 1, Informan 2 menjelaskan bahwa Radio Sonora di era digital selalu beradaptasi dengan mengikuti perkembangan jaman dengan aktif di media sosial . Informan 2 menyampaikan kepercayaannya bahwa radio tidak akan pernah mati. Berikut pernyataan informan 2:

“Di era digital saat ini tentunya kami menyadari harus mengikuti dinamika perkembangan jaman, bukan jaman mengikuti kita, tetapi kita harus mengikuti perkembangan jaman. Nah bagi Sonora sendiri saya selalu yakin ya bahwa radio itu tidak akan pernah mati, *live streaming* , mengikuti dinamika lewat ig, whatsapp dan sebagainya, siaran tetap ada, siaran di Youtube, kemudian *live streaming* , podcast, kemudian ada media sosial ada twitter, Facebook, ig, dan sebagainya, kemudian siaran juga bisa ditangkap di aplikasi joox. Kalau aplikasi Sonora app gitu kami belum ada, tetapi bisa didengarkan misalnya di ee aplikasi joox ”. [Jumar, Hasil Wawancara, 12 Mei 2022]

Kemudian informan 3 menjelaskan bahwa adaptasi radio di era digital jika dilihat dari sudut pandang bagian Bidang Layanan Umum RRI Jakarta bahwa dengan adanya adaptasi RRI di era digital ini berpengaruh kepada kegiatan kegiatan yang ada di RRI seperti bentuk promosi. RRI Jakarta sebagai radio publik bertanggung jawab atas kewajibannya dalam memberikan layanan usaha dengan bentuk Penerima Negara Bukan Pajak. Hal ini sesuai dengan peraturan pemerintah Nomor 68 Tahun 2020 mengenai Jenis dan Tarif Atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak Yang Berlaku Pada Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia. Berikut penjelasan informan 3:

“Dari bidang layanan usaha sebenarnya *core* bisnis nya yang utama adalah bagaimana kita harus memberikan layanan usaha kepada negara dalam bentuk penerima negara bukan pajak (PNBP), kedua bagaimana kita menginformasikan ke sedemikian tim mengenai kegiatan kegiatan di rri dan juga menjembatani keingintahuan masyarakat terhadap rri, mengenai digitalisasi ini sebetulnya hanya memindahkan saja yang tadinya analog menjadi digital yang tadinya kita tidak memiliki promosi melalui digital sekarang rri jakarta sudah mempunyai rri play go, kita mencoba melakukan penetrasi pesan, layanan usaha berupa konten program maupun juga tempat tempat yang disewakan ini bisa kita *publish* melalui media sosial yang lain seperti Instagram kemudian TikTok, kemudian ppid dengan alamat websitenya, kita menyesuaikan program program Instagram misalnya tergantung dari program program yang ada, pro 1 pro 2 dan pro 4 karena segmentasi pasar yang berbeda” [Aden, Hasil Wawancara, 12 Mei 2023]

Selain itu Ibu Istikomah sebagai informan 1 juga menambahkan penjelasan mengenai PNBP bahwa tarif PNBP telah diatur dan di tetapkan oleh Menteri Keuangan. Tarif PNBP juga sempat turun selama masa pandemi Covid-19. Berikut penjelasan Informan 1:

“Jadi PNBP itu sudah ada tarif yang disesuaikan dengan kementerian keuangan jadi kayak RRI Jakarta dialognya itu 1 jam 6 juta, karena PNBP itu mungkin mas Aden sudah menjelaskan bagaimana proses PNBP itu, PNBP itu tidak bisa kami terima dan harus setor langsung ke negara, misalnya kalau SIM bayarnya juga PNBP langsung masuk ke negara, jadi kami tidak bisa menerima keuangan PNBP secara cash atau di transfer ke kami istilahnya, itu gak bisa, karena itu pake *e-billing* yang sudah tersinkronisasi dan langsung terkirim ke negara, jadi karena kemarin habis pandemi dan banyak perusahaan yang fokus untuk menangani pandemi, dikatakan setelah pandemi kami berkegiatan lagi sebelumnya turun gitu kan, karena memang pandemi hampir semua media ketika pandemi itu mengalami penurunan”

Lalu informan 4 menjelaskan bahwa adaptasi Radio Sonora salah satunya yaitu dengan mengembangkan program Sonora id dan penggunaan berbagai *platform* media dan produksi yang tidak hanya dapat dilakukan di dalam ruangan namun juga diluar ruangan. Berikut penjelasan informan 4:

“Pengembangan usaha di era digital sebenarnya salah satunya ya itu tadi misalnya dengan mengembangkan program Sonora id, itu kan pengembangan usaha, dari yang radio itu kan audio trus kemudian konvensional berubah menjadi radio visual salah satunya ya kita membuat akun Youtube, Sonora id, podcast, kemudian siaran yang tadi misalnya dilakukan di *outdoor* dengan menggunakan mekanisme *live* Youtube. Kemudian kita membuat acara *talkshow* dengan *hybrid* dengan zoom dan sebagainya, itu kan pengembangan usaha di era digital dampak dari *disruption* tadi kan perubahan pola tadi”. [Jumar, 12 Mei 2023]

Informan 5 mengungkapkan bahwa RRI sudah sejak tahun 2008 merencanakan untuk mengikuti perkembangan era digital namun belum maksimal,

RRI juga mendapatkan peralatan dari Austria. Adaptasi di era digital sudah mulai dijalankan namun belum sempurna. Berikut penjelasan informan 5:

“Rri tuh sudah menjalankan dari tahun 2008 nah itu belum begitu kenceng ya, tetapi perencanaannya itu dari tahun 2008, sebenarnya rri sudah mendahului waktu kami memiliki peralatan dari austria pada waktu itu, sudah sebagian ter-*organize* dan outputnya sudah dipegang, maka rri khususnya divisi TMB RRI Jakarta segala sesuatunya mengenai konvergensi tadi, tinggal bagaimana penyempurnaannya itu kan kami terus berkoordinasi dengan pihak pihak terkait gitu, kita menggunakan aplikasi ya kan, apalagi sekarang aplikasi berbagai macam aplikasi kita sudah menggunakan sesuai dengan aturan.” [Syamsuri, Hasil Wawancara, 19 Mei 2023].

Informan 6 menjelaskan bahwa perkembangan radio adaptasinya merambah dari konvensional kemudian ke digital karena adanya tuntutan untuk mengikuti perkembangan jaman, dimulai dari radio hanya berupa audio namun saat ini sudah dapat menampilkan video. Berikut penjelasan informan 6:

“Radio tuh cuma radio konvensional kan, hanya radio berdasarkan dari pemancar langsung kita terima di radio konvensional, sekarang kan udah ada teknologi *streaming*, nah jadi suatu teknologi yang diadopsi di radio tuh *streaming*, karena melihat perkembangannya juga ya di radio akhirnya merambah ke dunia video juga, karena diuntut untuk setiap *talkshow* itu ada *live streaming* Youtube juga gitu, seperti sekarang kita harus mengikuti perkembangan itu dimana dulu kan radio kan oh yaudah audio gitu kan tapi sekarang tuh gabisa gitu, makannya dia ke arah sana juga gitu” [Heskie, 17 Mei 2023]

Penjelasan informan mengenai bentuk perubahan tugas yang terjadi ketika melakukan adaptasi di era digital ini. Penjelasan informan 1 dan 2 memiliki penjelasan yang sama yaitu perubahan tugas dalam memproduksi siaran, siaran radio dilakukan tidak hanya untuk teresterial atau FM namun juga sudah menggunakan media lainnya seperti Youtube dan juga konten di media sosial sebagai bentuk perubahan tugas dan mengikuti perkembangan. RRI sudah memiliki aplikasi tersendiri namun Radio Sonora belum memiliki aplikasi. Informan 1 menjelaskan bahwa perubahan tugas di era digital ini bertambah selain untuk siaran teresterial atau FM namun juga semakin tertantang untuk membuat konten menarik di media lainnya. Berikut penjelasan informan 1:

“Untuk siaran siaran kami ketika kami sudah menggunakan digital, perubahannya adalah kami semakin tertantang untuk membuat konten konten yang menarik, konten yang tadinya hanya media dengar audio, sekarang harus audio video, karena

untuk mengisi *platform platform* yang kami sediakan, yang tadinya audio sekarang jadi audio video, dan juga tulis. Itu salah satu tanggung jawab kami dalam berkonvergensi, jadi ketika kita ngomong sudah konvergensi media, disitu ada audio ada video, ada cetak, bagaimana sdm kami bisa menguasai bagaimana cara membuat konten yang menarik ketika audio video, bagaimana kami bisa menulis dengan baik sesuai dengan media *online* sehingga tulisan kami memiliki daya tarik untuk bisa dibaca oleh pendengar kami” [Istikomah, Hasil Wawancara, 9 Mei 2023)

Informan 2 berpendapat bahwa perubahan tugas tugas juga bertambah dari siaran teresterial atau FM yang hanya audio saja, namun saat ini juga harus video serta aktif di media sosial. Berikut penjelasan informan 2:


“Siaran secara analog pasti tetap, siaran secara langsung pasti tetap, tapi kami mengupayakan mengikuti dinamika perkembangan jaman, misalnya kami kemudian *live* Youtube, *live streaming* , lewat ig, lewat whatsapp dan sebagainya, kami mengembangkan lewat era-era lewat teknologi misalnya dengan siaran di Youtube, kemudian dengan siaran di *live streaming* , kemudian podcast, ada media sosial ada twitter, Facebook, ig, dan sebagainya, siaran bisa ditangkap di aplikasi joox dan sebagainya. Kalau aplikasi Sonora app gitu kami belum ada, tetapi bisa didengarkan misalnya di aplikasi joox dan lainnya, jadi artinya kami tetap berbenah, kami tetap berinovasi, di era seperti ini”[Jumar, Hasil Wawancara,12 Mei 2023]

Penjelasan informan terkait penggunaan media media yang dimiliki oleh RRI dan Radio Sonora Jakarta. Baik RRI Jakarta maupun Radio Sonora Jakarta telah menggunakan berbagai *platform* media seperti media sosial. Informan 1 menjelaskan bahwa RRI aktif dalam penggunaan media sosial ig dan TikTok. Berikut penjelasan informan 1:

“Kami kan sudah main di semua *platform*, di teresterial fm itu, kemudian audio video kita menggunakan indihome, uc tv, kemudian di kbrn sebagai media *online* , dan juga media sosial kami, yang paling main kami di ig sama TikTok, ig TikTok Facebook kami sudah engga”. [Istikomah, Hasil Wawancara, 9 Mei 2023]

F. Jadwal publikasi di media sosial

1. Publikasi konten media sosial dalam setiap *platform* dilakukan secara terjadwal dan direncanakan sehingga menjadi panduan bagi pengelola media social, seperti contoh di bawah ini.



PLAT-FORM	MINGGU	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU
IG Feed #1	Update berita rri.co.id	Campaign Dialog	Update berita rri.co.id	Update berita rri.co.id	Update berita rri.co.id	Campaign Dialog	Update berita rri.co.id
IG Feed #2	Tips	Update rri.co.id	Update rri.co.id	Update dialog Pro 3	Update rri.co.id	Update dialog Pro 3	Update rri.co.id
IG & FB Story	Quiz 1	Dialog studio 30 detik	Dialog studio 30 detik	Polling 1	Dialog studio 30 detik	Polling 1	Ada apa 1 minggu ini
IG Live		Dialog Studio	Dialog Studio	Dialog studio	Dialog Studio	Dialog studio	

16 Pedoman Siaran LPP RRI

Gambar 4.1 Jadwal Publikasi Media Sosial RRI Jakarta (Internal RRI)

Informan 2 menjelaskan bahwa radio Sonora telah menggunakan berbagai *platform* media sosial, namun berbeda dengan RRI yang aktif di TikTok, Radio Sonora tidak terlalu aktif menggunakan TikTok. Hasil dari siaran juga dapat dilakukan penulisan ulang sehingga dapat di unggah di *platform* berita Sonora yaitu Sonora.id. Berikut penjelasan informan 2:

“Kita sudah bertransformasi misalnya *talkshow*, *talkshow* bisa naik di aplikasi Youtube, bisa di share di media sosial ya ig, ya whatsapp status, kalau TikTok memang kami tidak konsen, kami juga memiliki portal berita namanya Sonora.id, jadi misalnya hasil dari *talkshow* ini di rewrite dibuat artikel naik ke Sonora.id. Sonora.id juga bisa menyiarkan Sonora *streaming* nya disitu Jadi artinya siaran Sonora bisa masuk ke Sonora.id portal *online* nya, kemudian Youtube sebagai sarana untuk media sosial Youtube, trus kemudian juga bisa di IG di *live* ataupun juga bisa gitu” (Jumar, Hasil Wawancara, 12 Mei 2023)

Penjelasan informan mengenai perencanaan program dalam beradaptasi di RRI Jakarta maupun di Radio Sonora Jakarta. Baik informan 1 dan juga informan 2 menjelaskan bahwa RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta dalam merencanakan program telah sesuai dengan aturan aturan maupun regulasi yang terstruktur dan terorganisasi. Hal tersebut juga sesuai dengan Perencanaan strategi (*strategic planning*) merupakan proses pemilihan tujuan organisasi, penentuan strategi, kebijaksanaan program, yang diperlukan untuk dapat menjamin bahwa perencanaan strategi serta kebijakannya telah diimplementasikan (Morissan, 2018).

POLA ACARA

POLA ACARA RRI - PRO DUA

NAMA DAY PART	HARIJUM	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU
SPADA	05.00 - 06.00	JUST MUSIC						
	06.00 - 07.00	SELAMAT PAGI TEMAN PRO2 (SPADA)						
	07.00 - 09.00	SELAMAT PAGI TEMAN PRO2 (SPADA)						
SANTAI SIANG	09.00 - 10.00	MUSIC LIVE CHAT NASIONAL M.C I LOKAL						
	10.00 - 11.00	Pro 2 Hibst (10.00 WITA RELAY MLC)					Pro 2 Hibst	
	11.00 - 12.00	Pro 2 Hibst (11.00 WIT RELAY MLC)					Pro 2 Hibst	
	12.00 - 13.00	SANTAI SIANG - INFORMASI KULINER & UMKM						
	13.00 - 14.00	SANTAI SIANG - INFORMASI OLAHRAGA						
	14.00 - 15.00	SANTAI SIANG - INFORMASI ENTERTAINMENT				INDONESIA TOP20	INDONESIA TOP20	
	15.00 - 16.00	SANTAI SIANG - INFORMASI LOKAL				LOKAL	LOKAL	INTERNASIONAL
SORE CERIA	16.00 - 17.00	SANTAI SIANG - INFORMASI LOKAL						
	16.00 - 17.00	SANTAI SIANG - INFORMASI LOKAL						
	17.00 - 18.00	SANTAI SIANG - INFORMASI LOKAL						
	18.00 - 19.00	SANTAI SIANG - INFORMASI LOKAL						
JAGA MALAM	19.00 - 20.00	SANTAI SIANG - INFORMASI LOKAL						
	20.00 - 21.00	SANTAI SIANG - INFORMASI LOKAL						
	21.00 - 22.00	SANTAI SIANG - INFORMASI LOKAL						
	22.00 - 23.00	SANTAI SIANG - INFORMASI LOKAL						
	23.00 - 24.00	JUST MUSIC						

BAB IV. Program 2 69

Gambar 4.2 Pola Acara RRI Jakarta Pro 2 (Internal RRI)

Informan 1 menjelaskan bahwa RRI Jakarta memiliki peraturan, kebijakan, maupun regulasi dalam memproduksi program siaran serta diawasi oleh badan tertentu, RRI Jakarta menjadi *center* di lingkup RRI yang ada di Indonesia karena RRI Jakarta terletak di ibu kota Indonesia sehingga segala aspek dalam produksi siarannya menjadi acuan RRI daerah lainnya. Berikut merupakan penjelasan Informan 1:

“RRI Jakarta itu punya direktur program dan produksi yang membuat semua kebijakan soal bagaimana siaran di RRI termasuk rri jakarta. Contohnya bagaimana si program 1 nya, kami akan dimonitoring oleh direktorat program dan produksi RRI jadi kami sudah terstruktur secara organisasi bahwa program program yang kami tayangkan dan siarkan serta yang kami tulis tuh sudah diatur oleh regulasi direksi kami, jadi bukan kepala RRI Jakarta yang menyusun program kami. Jadi RRI Jakarta itu sebagai rri yang berada di ibu kota negara itu menjadi trend center dan barometer rri seluruh indonesia, jadi siaran kami akan di contoh rri seluruh indonesia, bagaimana sih program rri jakarta, gaya penyiarannya, musik musiknya. Kalau kita merencanakan sebuah program atau mensosialisasikan program program kami di media sosial, akan kita sesuai kan dengan karakteristik media sosial itu, tidak mungkin kita di TikTok menggunakan karakter di ig, jadi kita sudah mencoba mempelajari karakter dari masing masing media sosial” (Istikomah, Hasil Wawancara, 9 Mei 2023)

Informan 2 menjelaskan mengenai program yang sudah terencana berdasarkan pembagian pembagian waktu waktunya disesuaikan dengan keadaan

pendengar. Hal ini berkaitan dengan strategi radio dalam melakukan penyiaran guna menarik minat pendengar yaitu pada *strategi Compability, Habit Formation*.

Berikut penjelasan informan 2:

“program itu sifatnya kan ini ya temporary ya, misalnya program di Sonora itu kan ada program pagi misalnya Sonora pagi, ada Sonora hari ini, ada Sonora hits, ada Sonora malam, itu belt belt nya, artinya kapling kaplingannya, jam 5 pagi atau jam 6 pagi sampai jam 10 itu Sonora pagi. Isinya ya wawancara, berita, lalu lintas, lagu, *talkshow*, ada *talkshow* komersil dan sebagainya, kemudian program Sonora siang itu kan ada lagu, ada informasi, ada permintaan lagu, ada *talkshow* juga itu kan soal program budaya. Kemudian sore itu karena orang pulang kerja kan lebih informasi, lalu lintas, dan sebagainya. Kemudian di jam 7 seperti ini juga ada program *programatic* yaitu kayak misalnya program malem ini program Kang Hong Kian itu membahas soal fengshui dan sebagainya, trus kemudian malem nanti ada AMKM (anda meminta kami memutar), di terakhir itu ada program namanya spesialis program misalnya kayak spesial *country*, lagu lagu *oldest* dan sebagainya” (Jumar, Hasil Wawancara, 12 Mei 2023).

JAM / HARI	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU
00.00 - 01.00	SONORA LATE NIGHT SHOW						
01.00 - 02.00	SONORA LATE NIGHT SHOW						
02.00 - 03.00	SONORA LATE NIGHT SHOW						
03.00 - 04.00	SONORA LATE NIGHT SHOW						
04.00 - 05.00	SONORA LATE NIGHT SHOW						
05.00 - 06.00	SONORA MORNING INSPIRATION						
06.00 - 07.00	SONORA MORNING INSPIRATION						
07.00 - 08.00	SONORA MORNING INSPIRATION						
08.00 - 09.00	SONORA MORNING INSPIRATION						
09.00 - 10.00	SONORA PAGI						
10.00 - 11.00	SONORA HITS					KLINIK OTOMOTIF SONORA	
11.00 - 12.00	SONORA HITS						
12.00 - 13.00	AMKM						
13.00 - 14.00	AMKM						
14.00 - 15.00	PESONA INDONESIA						
15.00 - 16.00	SOLOK	SENI BUDAYA	BENTARA BUDAYA	MUSISI INDONESIA	DESTINASI PARAWISATA	KULNER EGAS KUSANTARA	
16.00 - 17.00	NUGELSORE					COMMUNITY CORNER	
17.00 - 18.00	SONORA HARI INI						
18.00 - 19.00	SONORA HARI INI						
19.00 - 20.00	SONORA HARI INI						
20.00 - 21.00	HEALTH CORNER	SHARING FOR CARING	SONORA PARENTING	FENGLISH	SONORA CHART	SATU MEJA	
21.00 - 22.00	AMKM MALAM						
22.00 - 23.00	AMKM MALAM						
23.00 - 00.00	REST N RELAX						
	COUNTRY	THE LEGEND	BOY & GIRL SONG	WESTERN OLDSIES	SOUNDTRACK	ROCK	JAZZ

Gambar 4.3 Daftar Acara Siaran Radio Sonora (Internal Sonora)

Penjelasan informan terkait tanggapan atau respon dari pendengar setelah adanya konvergensi media, informan 1 dan informan 2 menyampaikan bahwa terjadinya perluasan audiens, semakin banyak yang mendengarkan mengenai siaran radio baik dari RRI maupun Radio Sonora. Informan 1 menjelaskan bahwa pendengar RRI Jakarta semakin beragam melalui konvergensi media, hal tersebut menjadi cara bagi RRI untuk meyakinkan kepada pendengar bahwa RRI memiliki informasi yang berkualitas dan telah terverifikasi. Berikut merupakan penjelasan informan 1:

“Pendengar kami tuh semakin beragam kami rri jakarta tuh target audiens nya DKI Jakarta, justru penyiar kami justru bias, bisa pendengar kami dari jawa tengah, ada yang dari jambi, ada yang dari papua, ada yang dari surabaya malahan, ada yang dari kalimantan, jadi walaupun target program kami sesuai segmen dki jakarta, untuk masyarakat dki jakarta, tapi dari konvergensi media ini kami semakin bias dan masyarakat itu bisa mengetahui bagaimana sesungguhnya dki jakarta itu menjadi nilai plus buat kami karena semua nilai berita kami, siaran siaran kami, program kami yang sudah terverifikasi. dari memang sumber yang kompeten di bidangnya itu yang sudah menjadi tanggung jawab kami, tinggal bagaimana kami meyakinkan ke publik bahwa kami sudah melakukan itu”. (Istikomah, Hasil Wawancara, 9 Mei 2023)

Informan 2 menjelaskan bahwa di era digital ini, jangkauan pendengar radio Sonora semakin luas, jika terrestrial atau FM masih terbatas, namun dengan *streaming* jangkauan pendengar bisa sangat luas bahkan hingga luar negeri. Hal tersebut selaras dengan adanya fenomena media baru (*New Media*) dan teknologi digital dimana media media yang berbasis internet atau *online* akhirnya bermunculan (Sulthan, dkk, 2021). Berikut merupakan penjelasan informan 2:

“Dulu orang mendengarkan radio sebelum era digital pasti hanya lokal jabodetabek, kalau bicara radio tuh kan lokal, tadinya mungkin jangkauan Sonora hanya mentok sampai di cikampek kalau ke timur sana mungkin bogor puncak dan sekitarnya mungkin cianjur udah tidak, kalau ke barat saya inget sampai serang pun tembus cuma sekarang sudah makin pendek radio itu kan jangkauannya lokal kan paling radius 30 kilo, tapi sekarang di era digital dengan orang mendengarkan radio *streaming*, dengan orang mendengarkan lewat *streaming*, misalkan dengan aplikasi mendengarkan radio yang lain orang bisa mendengarkan tanpa tersekat ruang dan waktu, jadi orang misal pada saat sedang siaran, ada orang yang merespon saya nama si A sedang mendengarkan posisi saya di Hongkong, posisi saya di United States di Amerika, posisi saya lagi di taiwan itu banyak respon, artinya kan dengan digital orang banyak mendengarkan *streaming* mereka merasa terbantu terhibur mendapatkan informasi dari Indonesia ya, *feedbackn* ya itu biasanya mereka responnya bisa lewat komen lewat chat di Youtube atau wa” (Jumar, Hasil Wawancara, 12 Mei 2023)

Penjelasan informan mengenai evaluasi program yang dilakukan untuk mendukung terjadinya konvergensi media baik di RRI maupun di Radio Sonora Jakarta. Informan 1 menjelaskan bahwa selain dilihatnya pendengarnya, evaluasi dilakukan juga berdasarkan dengan SDM nya sehingga SDM dapat menyajikan sebuah program yang berkualitas, sedangkan informan 2 menjelaskan bahwa pendengar menentukan evaluasi program yang disiarkan. Berikut merupakan penjelasan informan 1:

“Kita pilih untuk tim kami yang memang faham tentang bagaimana kita menyajikan sebuah program di konvergensi media ini era digital ini, kami sebagai pengambil kebijakan akan mengambil dan mencari sdm yang berkompeten di bidangnya, soal bagaimana kita bisa memberikan variasi program sesuai konten sesuai dengan mediana itu yang paham sesungguhnya pendengar kami, penonton kami pembaca kami, pengikut sosial media kami sesungguhnya pengen seperti apa sih, bukan berarti kami akan mengikuti itu tapi kan pasar itu akan menentukan seberapa banyak yang akan mendengarkan mengikuti kami kan kita dengan konten sesuai dengan yang terverifikasi, bagaimana pengemasannya, mungkin seperti itu salah satunya kita akan memilih atau mencari sdm yang berkompeten di bidangnya trus kita akan mengadakan pelatihan kita kan punya pusat pelatihan pusdikbangdiklat rri yang akan memberikan pelatihan untuk kami yang memang kadang kadang terbelakang soal bagaimana mengurus program program yang tayang di seluruh *platform*” (Istikomah, Hasil Wawancara, 9 Mei 2023)

Informan 2 menjelaskan bahwa evaluasi program akan dilihat dari jumlah pendengarnya untuk mengevaluasi suatu program yang ada, jika pendengar dikatakan bagus maka program akan tetap berjalan, namun jika pendengar tidak bagus maka program akan di take down. Evaluasi program masuk ke dalam tahapan pelaksanaan produksi penyiaran radio, evaluasi program merupakan tahap akhir dalam produksi penyiaran radio. Berikut merupakan penjelasan informan 2:

“Misalnya program itu kan biasanya berdasarkan pada 2 ya, menarik atau tidaknya program kan ditentukan pada jumlah yang mendengarkan, kalau Sonora yang lewat *streaming* itu mekanisme orang yang mendengarkan ketauan, real time, tapi kalau program yang on air itu masih menggunakan lembaga riset namanya nielsen, itu kan dia lembaga yang meriset jumlah pendengar dia bisa melihat itu cuma yang tau dia, tapi kalau yang lewat *streaming* tu bisa dilihat kalau programnya menarik dia akan ketauan real time yang nonton, bicara tentang evaluasi tentunya, evaluasi itu kan dari program ini menarik engga nya kan dari pendengar, nah pendengar bagus, nah mungkin evaluasinya ee apa istilahnya masih menarik ya go on tapi kalau pendengarnya jelek ya programnya dievaluasi bahwa program ini ga menarik harus di take down”. (Jumar, Hasil Wawancara, 12 Mei 2023).

Penjelasan informan mengenai pengukuran hal apa saja yang menjadi kepentingan masyarakat sebagai patokan atau bahan untuk memproduksi suatu program. Informan 1 berpendapat bahwa RRI sebagai media publik bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi yang terverifikasi serta sesuai dengan prinsip prinsip RRI. Selain itu baik dari informan 1 maupun informan 2 menyampaikan bahwa dari RRI dan juga Radio Sonora berupaya menyampaikan informasi yang sesuai dengan visi misi dan aturan yang ada, seperti siaran yang mengedukasi dan mencerdaskan masyarakat serta bermanfaat. Berikut penjelasan informan 1:

“Alat ukur kami tuh jelas, maksudnya gini, karena kami tuh media publik kita tentu saja akan menyampaikan informasi yang A 1, mengedukasi pendengar dan memilih lagu. Sesuai dengan karakter sebagai media publik, dan kami mempunyai tanggung jawab yang besar kepada masyarakat DKI Jakarta khususnya bagaimana program-program kami bisa mencerdaskan, mengedukasi, disamping itu juga harus menghibur, karena sekarang antara hiburan dan edukasi kan tipis, di sosial media kan kelihatan Pro 1 kan sudah centang biru di aplikasi udah 30 ribu pendengar kami dalam waktu 5 bulan ini, sekarang *platform* kami bisa dilihat berapa sih sesungguhnya pendengar rri jakarta tuh kelihatan, jadi alat ukurnya dari situ, semakin banyaknya yang mengikuti kami, menjadi tantangan besar untuk membuat program program yang semakin diminati tapi juga mencerdaskan edukasi. Itu sih tolak ukurnya ada di seberapa banyak sebenarnya pendengar kami saat ini ketika kami sudah menggunakan media digital di semua media *platform* yang ada kita bisa melihat pendengar kami berapa yang ngikutin kami berapa itulah tolak ukur kami dan tantangan kami sesungguhnya” (Istikomah, Hasil Wawancara, 9 Mei 2023)

Informan 2 menjelaskan bagaimana Radio Sonora sebagai radio swasta harus menghadirkan program yang juga akan mendatangkan profit. Maka dari itu program yang ada juga harus sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pendengar dan dapat mendatangkan profit. Berikut merupakan penjelasan informan 2:

“Kalau Sonora itu yang jelas visi dan misinya itu adalah mencerdaskan dan mengedukasi masyarakat, seluruh program yang ada di Sonora, selalu memiliki visi adalah konten program itu bermanfaat, mengedukasi, menambah nilai wawasan kepada masyarakat artinya setiap program yang mau kita bikin artinya tidak terlepas dari visi, di satu sisi karena ini adalah kita swasta tentunya berbeda dengan RRI tadi. RRI kan dapet budget dari negara kalau kita kan pure bisnis, jadi program kita menarik terus kemudian bermanfaat bagi masyarakat, mengedukasi masyarakat, dan mendapatkan profit, biar pengukuran itu bagus program itu bagus, bagus itu kan ini normatif, bagus apanya, bagus penyiarnya, bagus suaranya, bagus membawakannya, isinya kontennya, kan itu normatif, nah kalau kita si harapannya programnya bagus bermanfaat, penyiarnya juga menarik membawakannya tidak membuat jenuh, lagu lagunya juga enak, trus kemudian suasana yang dilapangan juga enak, nah kalau programnya bagus menarik pendengarnya banyak, baru dari konten bisnis dari tim bisnis itu akan menjual program ini sehingga mendatangkan profit, itu kalau kita bicara radio swasta karena kita pure bisnis” (Jumar, Hasil Wawancara, 12 Mei 2023).

Penjelasan informan terkait dengan strategi perkembangan atau peningkatan di era digital ini dalam berkonvergensi. Informan 1 menjelaskan bahwa strategi dimulai dari adanya SDM yang berkualitas dengan menyediakan pelatihan seperti *workshop* bagi SDM RRI sehingga SDM tersebut dapat menghasilkan program program yang berkualitas dan dapat mengembangkan atau meningkatkan kualitas RRI di era digital ini, sedangkan informan 2 menjelaskan mengenai program yang dibuatnya juga harus mendatangkan suatu profit seperti adanya pelatihan bersertifikat. Berikut merupakan penjelasan informan 1:

“Kami akan memberikan pelatihan, workshop, memberikan pendidikan agar mereka bisa mengikuti perkembangan, sehingga tau bagaimana kreatifitas itu muncul sesuai dengan karakteristik media, bagaimana strateginya itu kita harus memberikan pelatihan atau wadah bagi mereka untuk diskusi dan akhirnya kami bisa membuat sebuah program yang sesuai target audiens kami dan karakter media yang akhirnya kami bisa semakin diminati oleh pendengar kami khususnya dki jakarta dan bertanggung jawab besar masyarakat terliterasi untuk membaca berita yang memang sumbernya berkompeten AI dan masyarakat tercerahkan dari informasi informasi yang ada” (Istikomah, Hasil Wawancara, 9 Mei 2023)

Informan 2 menjelaskan bagaimana program peningkatan atau perkembangan Radio Sonora ini tidak hanya meningkatkan kualitas dan bertahan di era digital ini, namun juga dapat mendatangkan profit. Berikut penjelasan informan 2:

“Kita terus berinovasi ya, baru kemarin kita menyelesaikan Sonora Broadcast Academy, jadi Sonora yang lima puluh tahun tentunya kan juga ingin meninggalkan semacam legacy jadi kami membuka sebuah program namanya Sonora Broadcast Academy untuk siapa saja kalangan anak muda, SMA atau mahasiswa untuk mengenal dunia radio, bagaimana menjadi penyiar, itu salah satu inovasi yang kita buat sehingga ada nilai manfaat tapi juga profit, daftar bayar trus mereka ngikutin pelatihan dapet sertifikat. Belajarnya lewat zoom ada juga yang offline, gelombang pertama udah 20 yang sudah lulus, batch keduanya ada 7 orang, itu salah satu pengembangan usaha menghadapi tantangan seperti ini sehingga pendapatan pendapatan lain juga masuk, Sonora khususnya tidak hanya bekecimpung dalam tanda kutip adalah broadcast siaran saja, kami juga menjadi sebuah eo, jadi ada sebuah produk yang harus di sosialisasikan ke masyarakat ke pasar misalnya suatu produk tertentu itu bisa mendapatkan profit, terus kemudian dibikin sebuah video kita naikkan di Youtube trus di kombinasi sehingga menjadi sebuah tayangan digital yang bagus sebagai work up kepada klien ya jadi artinya penjualan langsung didokumentasikan menjadi sebuah konten” (Jumar, Hasil Wawancara, 12 Mei 2023).

Penjelasan informan terkait dengan dampak yang diberikan dengan adanya konvergensi media. Informan 3, 4, 5, dan 6 menjawab bahwa adanya konvergensi media ini sangat memberikan dampak yang baik, sehingga mendukung terjadinya peningkatan-peningkatan. Informan 3 menjelaskan bahwa dampak ini memberikan perubahan yang positif dengan adanya ide ide kreatif selain itu RRI juga lebih banyak dikenal oleh masyarakat luas khususnya anak anak sekolah. Berikut penjelasan informan 3:

“Kita mengoptimalkan kreatifitas sehingga digital ini benar benar memberikan dampak perubahan yang positif, kuncinya memang ide kreatif sebanyak mungkin, buat konten sebanyak mungkin di medsos sehingga dikenal, kemudian kita juga me lobby beberapa stake holder untuk mendownload, diantaranya tadi sekolah sekolah di jakarta negeri tapi, kita kerja sama dengan pemprov dki dengan dinas pendidikan dki jakarta mungkin 80% anak anak sekolah yang tadinya gak kenal RRI sekarang sudah tau rri” (Aden, 12 Mei 2023).

Informan 4 menjelaskan bahwa konvergensi media berdampak karena melihat bahwa karakteristik radio Sonora adalah radio swasta yang bersifat komersial dampak positif dari adanya konvergensi media dapat mendatangkan dan mempermudah radio swasta dalam mencari pemasukan. Berikut penjelasan informan 4:

“Tentu sangat berdampak sekali ya, karena kan kita radio swasta mencari pemasukan sendiri untuk kita, kemudian juga era digital ini membuat tim kami juga semakin kreatif ya, seperti itu” (Jumar, Hasil Wawancara, 12 Mei 2023)

Informan 5 juga berpendapat bahwa terjadinya konvergensi media ini memberikan dampak yang luar biasa, selain itu penyesuaian dari analog ke digital saat ini sudah memasuki tahap pematangan dalam penyesuaiinya karena adaptasi RRI kepada teknologi digital telah dilakukan sejak lama. Berikut penjelasan informan 5:

“Dampak atau impact nya sih luar biasa, karena ya penyesuaian dari analog ke digital, kita punya barometer ya, sedikit sedikit kita sudah menggunakan digital jadi sekarang tinggal pematangan aja aplikasi aplikasi apa saja yang kita gunakan baik untuk broadcasting maupun kebutuhan ya broadcasting diantaranya *playback*, ee apa namanya satelit gitu kan itu kan pake aplikasi sekarang, gitu ya alhamdulillah semua kan karena terbiasa ya jadi kita tinggal melalui, diskusi, pelajari ya alhamdulillah kami sudah melakukan itu” (Syamsuri, Hasil Wawancara, 19 Mei 2023)

Informan 6 menjelaskan bahwa dari adanya konvergensi media ini berdampak terhadap efisiensi waktu serta menambah sumber pendapatan radio Sonora. Waktu sangat penting dalam strategi penyiaran radio. Berikut merupakan penjelasan informan 6:

“Ya dampak baiknya adalah dari adaptasi zoom sangat efisiensi waktu sih dari segi dari segi *talkshow*, karena narasumber tidak perlu kesini dan bisa gitu, dengan kualitas audio yang mungkin kelemahannya adalah audionya karena kita gak bisa

setting audio dari narasumber karena kan dia punya *device* sendiri, kalau talk show di studio kan kita udah punya alat yang proper itu kelemahannya tapi kelebihanannya adalah efisiensi waktu tentunya, dari Youtube juga ya kita menambah *platform* baru pendapatan baru dari Youtube, menambah *attraction* juga terus menambah sebuah *awareness* akan sebuah produk kita Youtube, kita bisa sharing, kita bisa kenal dengan penyiarnya gitu, selain itu karena kita besinggungan dengan audio musik ya jadi kadang kadang ketika kita *live* di Youtube kita lupa mute di Youtube nya kadang kadang audio masuk trus kena *copyright* gitu” (Heskie, Hasil Wawancara, 17 Mei 2023).

Tabel 4.2 Adaptasi, Strategi dan Perencanaan Program pada RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta di Era Digital

Dekripsi	Istikomah (Informan 1)	Jumar (Informan 2)	Aden (Informan 3)	Jumar (Informan 4)	Syamsuri (Informan 5)	Heskie (Informan 6)
Adaptasi RRI dan radio Sonora di era digital	RRI menggunakan berbagai <i>platform</i> media, RRI memiliki aplikasi RRI Play Go, KBRN, dan sosial media pada setiap program. Siaran teresterial dilakukan bersamaan dengan <i>live</i> dan juga <i>live</i> rri net di rri play go	Radio Sonora menggunakan Youtube untuk <i>live</i> , whatsapp, podcast, ada media sosial ada twitter, Facebook, ig, bisa didengarkan di aplikasi jooX. Namun Sonora app kami belum ada	Memberikan layana usahaka kepada negara bentuk PNBP, media promosi menjadi digital, website informasi RRI, lalu Instagram pada setiap program. Tambahan dari Informan 1 : PNBP telah diatur oleh Menteri Keuangan, sempat terjadi penurunan PNBP karena adanya pandemi Covid-19.	Mengembangkan program Sonora id dari audio menjadi audio visual dengan adanya Youtube, lalu Sonora.id, Podcast, zoom.	Menggunakan aplikasi untuk broadcast ing	Perubahan dari audio ke audio visual, seperti <i>live streaming</i> Youtube.
Bentuk perubahan tugas ketika melakukan adaptasi di era digital	Sudah menggunakan siaran digital dan semakin tertantang dalam membuat konten menarik tidak hanya untuk audio, namun juga audio video, dan bahkan tulisan.	Merencanakan konten di media baru seperti <i>live streaming</i> , memiliki sosial media seperti Instagram, twitter, Facebook, terdapat podcast. Selain itu siaran dapat				

		didengarkan melalui aplikasi Joox.
Penggunaan media media baru	Masih teresterial, bekerja sama engan indihome, uc tv, kbrn (rri.co.id) sebagai media <i>online</i> , media sosial ig, TikTok	Masih teresterial, media sosial ig, website Sonora id.
Strategi perencanaan program	Memiliki kebijakan, aturan, atau regulasi yang telah ditetapkan oleh Direktorat Program dan Produksi RRI,	Program dengan pembentukan kebiasaan mendengarkan dari adanya penjadwalan program.
Respon atau tanggapan pendengar dari adanya konvergensi media	Semakin beragam pendengar bahkan diluar Jakarta	Semakin beragam pendengar bahkan diluar Jakarta
Strategi Evaluasi Program untuk mendukung terjadinya konvergensi media	Memilih tim atau sdm yang berkompeten sesuai dengan karakteristik program yang disajikan. Mengadakan pelatihan untuk SDM guna mendukung SDM agar mengetahui bagaimana mengurus dan menyajikan	Evaluasi dilihat dari jumlah pendengar yang diketahui, jika pendengar bagus maka program akan tetap dijalankan, jika pendengar kurang bagus maka program akan diberhentikan.

	program program sesuai dengan <i>platform</i> yang ada	
Patokan atau kepentingan sebagai bahan untuk memproduksiprogram	Media publik harus menyampaikan informasi A1, program harus sesuai dengan ketentuan yaitu mengedukasi, mencerdaskan dan menghibur. Pendengar menjadi alat ukur dalam membuat program yang diminati.	Media swasta yang membuat program sesuai dengan visi dan misi yaitu mencerdaskan, mengedukasi, bermanfaat, dan memberikan wawasan kepada masyarakat. Program yang dibuat media swasta harus menarik, bermanfaat, mengedukasi, dan sekaligus mendatangkan profit.
Strategi peningkatan atau perkembangan dalam berkonvergensi di era digital	Dengan adanya SDM yang berkualitas seperti memberikan pelatihan ataupun workshop agar dapat membantu SDM untuk mengembangkan ide atau kreatifitas untuk program yang sesuai dengan kebutuhan audiens.	Berinovasi dengan menghadirkan program seperti Sonora Broadcast Academy. Program ini bertujuan untuk memperkenalkan radio kepada masyarakat luas dan sekaligus mendatangkan profit. Membuat program yang sesuai dengan visi

<p>Dampak dari adanya Konvergensi media</p>	<p>dan misi Radio Sonora yang juga menjadi EO dari adanya klien .</p>	<p>Dampak perubahan positif dengan adanya ide kreatif, kerja sama dengan stake holder seperti dengan pemprof DKI Jakarta untuk memperkenalkan RRI kepada masyarakat khususnya anak sekolah.</p>	<p>Dampak kepada pemasukan radio Sonora dan membuat tim semakin kreatif.</p>	<p>Dampak yang luar biasa dilihat dari penyesuaian sarana dan prasarana dari analog ke digital.</p>	<p>Berdampak pada efisiensi waktu sekaligus menambah sumber pendapatan atau profit, serta menambah attraction dan juga awareness terhadap perusahaan.</p>
--	---	---	--	---	---

Sumber : Olahan Peneliti, 2023

Temuan Menarik:

1. RRI memiliki aplikasi sendiri bernama RRI Play Go dimana didalamnya pendengar dapat mengakses siaran radio dari seluruh RRI di Indonesia, dapat membuat *playlist* lagu sendiri, terdapat pantauan arus jalan, memiliki notifikasi peringatan gempa, terdapat siaran *live* RRI Net, gim edukasi, mendengarkan podcast, melihat jumlah pendengar yang sedang mendengarkan siaran radio RRI. Sedangkan Radio Sonora tidak memiliki aplikasi tersendiri.
2. RRI memiliki tanggung jawab untuk memberikan pemasukan kepada kas negara dengan bentuk PNBP, sedangkan Radio Sonora memiliki tanggung jawab dalam menghasilkan profit, namun untuk digunakan oleh Radio Sonora sendiri.

3. Siaran RRI dapat didengarkan dan dilihat visualnya melalui saluran tv Indihome serta aktif di media sosial TikTok. Sedangkan Radio Sonora tidak dapat dilihat di saluran tv manapun dan tidak aktif di media sosial TikTok.
4. RRI memiliki regulasi dan atau aturan yang telah ditetapkan oleh Direktorat Program dan Produksi.
5. Baik RRI maupun Radio Sonora, berpendapat bahwa dengan adanya konvergensi media ini memberikan dampak positif yang dirasakan.
6. Informan dari radio Sonora yaitu informan 2, 4, dan 6 memiliki pendapat pendapat bahwa dengan adanya konvergensi media ini berdampak pada pemasukan profit radio Sonora. Hal ini berkaitan dengan Radio Sonora sebagai radio Swasta yang memiliki tanggung jawab untuk mencari profit sendiri.

4.2.1 Penerapan Konvergensi Media Kontinum Pada Radio Siaran Publik dan Radio Siaran Swasta yang telah Berusia 50 Tahun

4.2.2.1 *Cross Promotion*

Keenam informan menjelaskan pengetahuan mereka terkait dengan tahapan konvergensi media kontinum. Tahapan pertama mengenai *Cross Promotion*. *Cross Promotion* merupakan terjadinya kerja sama antara dua media yang memberikan ruang untuk dapat memperkenalkan konten satu sama lain, Informan 1 menjelaskan bahwa kerja sama antara penggunaan *platform* yang dimiliki yaitu penggunaan *platform* media secara bersamaan dengan cara media lain mempromosikan adanya konten yang akan datang seperti memposting di Instagram mengenai informasi bahwa terdapat siaran yang akan datang. Berikut merupakan penjelasan informan 1:

“Seperti misalnya seratus persen indonesia, kita akan *live ig*, kita akan teresterialnya otomatis, trus kita yang di jam 5 sore itu kita *live rri play go*, karena rri play go kita kan tonton apa yang anda dengar bagaimana radio bisa ditonton di televisi gitu kan, itu kita bersamaan, tapi kebanyakan kita akan mengerjakannya pra *e-flyer* untuk mempromosikan programnya, bagaimana menyatukan sinergi antara media sosial dengan teresterial itu kami menggunakan *e-flyer* untuk *spot* promo, kami memberikan publikasi program program kami melalui sosial media sesuai karakter

media itu masing masing, TikTok dengan TikTok, Facebook sih sudah tidak main, ig dengan ig seperti itu” (Istikomah, Hasil Wawancara, 9 Mei 2023).

Sama dengan yang disampaikan informan 1, Informan 2 menjelaskan bahwa di radio Sonora juga terdapat promosi yang dilakukan sebelum berlangsungnya siaran teresterial. Hal ini berkaitan dengan adanya implementasi *Cross Promotion* Berikut merupakan penjelasan informan 2:

“Iya pasti oh iya itu sudah secara otomatis terprogram misalnya promo mereka sudah ter program misal beberapa jam promo itu akan naik jadi sudah di setting kontennya kalau di sharing di status ig itu sudah di program nah waktunya itu naik jam sekian jam sekian” (Jumar, 12 Mei 2023)

Informan 3 menjelaskan bahwa adanya promosi juga sesuai dengan kerja sama antara bidang yang ada di RRI seperti kerja sama antar bidang layanan umum dan bidang program siaran. Selain itu promosi dilakukan di teresterial maupun media sosial, promosi melalui teresterial dilakukan dengan bentuk *spot* ataupun *adlibs*, atau dapat juga penyiar membacakan mengenai informasi tersebut, namun jika di media sosial itu sendiri akan disebar informasi berupa *e-flyer*. Berikut merupakan penjelasan informan 3 :

“Kita menyodorkan itu ke bidang program supaya orang orang program menyiarkan dalam bentuk *spot* kah, *jingle* kah, atau *adlibs*, dari sisi siaran *broadcast* tapi dari sisi *flyer* nya kita juga akan membuat, program tertentu harus membuat *flyer* ini dan kita menginformasikan bahwa ada kegiatan ini atau bintang tamu ini, jadi fleksibel, tergantung bagaimana konten program itu berasal” (Aden, Hasil Wawancara, 12 Mei 2023)

Informan 4 menjelaskan bahwa peran dukungan dari bidang layanan dan pengembangan usaha atau *business development* dalam kegiatan kerja sama antar *platform* media ini adalah dilihat dari sumber daya yang diberikan pelatihan sehingga para sumber daya mendapatkan ilmu baru yang dapat diimplementasikan ketika bekerja, dan dapat *multitasking* atau dapat melakukan *editing* video. Berikut merupakan penjelasan informan 4:

“Ada ini tim digital yang memberikan pelatihan tim digital tuh tim Sonora id, karena tim Sonora id ada tim video ada tim editor video dan sebagainya, nah mereka memberikan pelatihan kepada para penyiar kepada para operator produksi untuk bisa mengoperasikan itu, artinya tidak menambah sumber daya baru untuk

mengoperasikan itu semua tetapi memberdayakan karyawan yang ada diberikan pelatihan lah untuk dia bisa mengoperasikan dengan itu tadi *multitasking*, itu jadi misalnya saya yang kerjanya harus ya menulis berita harus bisa mengoperasikan itu” [Jumar, Hasil Wawancara, 12 Mei 2023]

Informan 5 menjelaskan bahwa terdapat *planning* yang dirancang untuk menjalankan tugas dalam bidang teknologi media baru untuk mendukung penyiaran. Informan 5 juga menjelaskan bahwa menyantumkan nama *platform* media lain yang dimiliki oleh RRI ketika *live streaming*. Hal ini dilakukan karena bertujuan untuk dapat mempromosikan media yang ada. Berikut merupakan penjelasan informan 5:

“Jadi kami punya *planning* mba Linda kita punya *planning* untk tugas rri, mulai pukul 6 pagi sampai jam 19 wib, sampai jam 7 malam, kita begitu kita masukan nama media sosial atau terkadang penyiar juga menyebutkannya, tetapi itu dikhususkan sama temen temen program” [Syamsuri, Hasil Wawancara, 19 Mei 2023]

Informan 6 menjelaskan bahwa pencantuman logo, kata kata, iklan, tidak hanya mengenai *platform* media yang dimiliki oleh Radio Sonora saja, namun juga atas permintaan klien. Berikut merupakan penjelasan informan 6:

“Dari segi promosi video punya tvc namanya itu tuh kita biasanya masukin di Youtube nya, kalau di radio di *on air* itu *adlibs* namanya itu kan iklan jadi, *spot* namanya gitu kan, itu buat on airnya tapi berkembangnya teknologi oh iya di Youtube mau dong ada tvc nya, tvc tuh ada video nih kita punya video *company profile* tampilin ketika iklan biasanya nah di saat *live* nya biasanya kita masukin logo nya” [Heskie, 17 Mei 2023]

Tabel 4.3 Tabel Konvergensi Media Kontinum Tahap Cross Promotion

Deskripsi	Istikomah (Informan 1)	Jumar (Informan 2)	Aden (Informan 3)	Jumar (Informan 4)	Syamsuri (Informan 5)	Heskie (Informan 6)
Cross Promotion	Terdapat promosi yang dilakukan di media sosial sebelum berlangsungnya siaran teresterial.	Terdapat promosi yang dilakukan sebelum berlangsungnya siaran teresterial di Radio Sonora.	Terdapat promosi yang dilakukan baik dari media sosial maupun saat siaran teresterial seperti <i>adlibs</i> , <i>spot</i> ,	Terdapat pelatihan yang dilakukan kepada para pekerja agar dapat melakukan proses editing.	Terdapat <i>planning</i> dalam menjalankan tugas. Nama media sosial milik RRI Jakarta juga di cantumkan saat	Terdapat proses pencantuman logo, kata-kata, iklan, maupun tcv, yang tidak hanya milik radio Sonora sajam namun juga

maupun penyiar dalam mention platform media yang RRI miliki.	adanya <i>live streaming</i> .	ada atas permintaan klien.
--	--------------------------------	----------------------------

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

4.2.2.2 Cloning

Penjelasan informan mengenai adanya penyampaian konten atau isi informasi yang diperbanyak di setiap platform. Hal ini berkaitan dengan Konvergensi Media Kontinum tahap Cloning. Cloning merupakan terjadinya konten yang diperbanyak dengan tujuan dapat dimuat di media lain yang dimiliki tanpa adanya perubahan. Informan 1 dan 2 menyampaikan bahwa baik di RRI maupun di radio Sonora, terdapat informasi atau konten yang didapatkan dari hasil siaran teresterial untuk disebarakan atau di muat ulang di media lain yang dimiliki.

Berikut penjelasan informan 1:

“Jadi siaran teresterial kami, teresterial itu siaran yang dipancarkan melalui gelombang frekuensi FM, 91.2 itu siarannya kita long, ada dialog interaktif, ada obrolan ada majalah udara, ada *feature*, ada dokumenter, itu nanti kami ngambil sebagian titik dari itu yang kami share di media sosial kami sehingga masyarakat yang belum mendengarkan di teresterial akan mengikuti di sosial media kami” [Istikomah, Hasil Wawancara, 9 Mei 2023]

Informan 2 menjelaskan bahwa siaran teresterial juga dapat di unggah ulang di platform media lain yang dimiliki oleh radio Sonora seperti Instagram. Berikut merupakan penjelasan informan 2:

“Tetapi kemudian kami juga memiliki portal berita namanya Sonora.id, jadi hasil dari *talkshow* ini di rewrite dibuat artikel naik ke Sonora.id. Sonora.id juga bisa menyiarkan Sonora *streaming* nya disitu. Jadi artinya siaran Sonora bisa masuk ke Sonora.id portal *online* nya, kemudian Youtube sebagai sarana untuk ee media sosial Youtube, trus kemudian juga bisa di IG di *live*” [Jumar, Hasil Wawancara, 12 Mei 2023]

Penjelasan informan mengenai proses atau isi konten yang diperbanyak untuk didistribusikan di setiap medianya tanpa adanya perubahan. Informan 1 menjelaskan bahwa hasil dari siaran teresterial akan di unggah di media sosial,

dengan disesuaikan dengan karakteristik media sosial masing masing seperti Instagram berupa video video pendek. Berikut merupakan penjelasan informan 1:

“Karakter pendengar sekarang itu adalah tidak suka yang terlalu bertele tele, tidak suka dengan tayangan panjang, mereka suka tayangan yang pendek pendek namun sudah mengenai kebutuhan mereka dan disitulah diperlukan strategi bagaimana membangun sebuah konten di berbagai *platform* yang tentu saja disesuaikan dengan karakter seperti jangan sampai karakter misalnya A kita membuatnya B itu jangan sampai. [Istikomah, Hasil Wawancara, 9 Mei 2023]

Informan 2 menjelaskan bahwa produksi konten di setiap *platform* media yang dimiliki berbeda sesuai dengan karakteristik media masing-masing meskipun informasi yang dibagikan tanpa adanya perubahan dari sumber utama. Berikut merupakan penjelasan informan 2:

“kalau on air contohnya *live report* ya kalau *live report* kan seorang reporter mencari berita, mengolah berita, memproduksi berita, kemudian dia on air, ya sudah karena radio itu kan sekilas kan cepat namun hanya selintas, nah si reporter nya ini mempunyai kewajiban, terutama dia harus menaikkan artikel yang dia laporkan itu ke Sonora id, jadi setiap dia liputan dimana, dia harus menaikkan beritanya di Sonora id, itu yang pertama, yang kedua dia juga harus mendokumentasikan peristiwa yang dia liput itu di sosial media jadi dia harus mendokumentasikan, jadi kayak tadi demo contohnya tadi mahasiswa trisakti memblokir jalan di tomang kan, reporter datang ke situ, laporan, kemudian dia dokumentasikan video dan sebagainya untuk naikan di sosmed, dia juga nulis beritanya di Sonora id” [Jumar, Hasil Wawancara, 12 Mei 2023]

Penjelasan informan mengenai sumber bahan untuk penyiaran. Informan 1 dan 2 menjelaskan bagaimana sumber asal informasi yang digunakan untuk bahan siaran teresterial. Informan 5 dan 6 menjelaskan mengenai dukungannya terhadap siaran teresterial. Berikut merupakan penjelasan informan 1:

“Iya jadi sebaiknya bahan siaran kami itu mengambil dari website nya kami, rri.co.id. Justru itu sudah kayak di wajibkan, jangan sampai informasi yang kami sampaikan itu mengambil websitenya orang lain, kalau memang di kami belum ada, kami pun bisa, baru bisa mengambil di *website* nya orang lain, tapi kalau sumber itu ada di kami di *website* kami di portal kami rri.co.id, kami punya tanggung jawab untuk ngambil dari situ jadi itu sinerginya kita, jadi sekarang kan kita sudah secara audio, secara video, secara visual, secara media *online* dan juga sosial media, jadi kbrn kami itu memang sebagai salah satu sumber informasi penyiar kami ketika siaran” [Istikomah, Hasil Wawancara, 9 Mei 2023]

Informan 2 menjelaskan bahwa sumber informasi yang didapatkan perlu adanya verifikasi sehingga informasi valid. Berikut merupakan penjelasan informan 2:

“Jadi misalnya ada satu grup media sosial, ada grup media sosial ketika video atau gambar itu di *share* disitu itu tentu tim media sosial akan mengkonfirmasi, kalau sumbernya dari tim, kalau sumbernya dari *crew*, kalau sumbernya dari reporter itu tidak perlu dikonfirmasi diverifikasi karena itu hasil dia posisi dilapangan, tetapi kalau sumbernya dari orang lain kan dikonfirmasi dulu ini sumbernya dari mana, nah kemudian tim media sosial itu ada yang tim twitter Facebook itu ada sendiri yang menaikkan, tim ig bikin *story* bikin *reels*, itu ada tim nya sendiri” [Jumar, Hasil Wawancara, 12 Mei 2023].

Informan 5 menjelaskan tugas teknologi media baru dalam mendukung adanya siaran yaitu dengan kerja sama dengan bidang atau divisi program dalam memproduksi suatu konten yang akan diunggah di *platform* media lain yang dimiliki oleh RRI.

“Disini punya tugas untuk menyelaraskan audio supaya hasilnya baik” [Syamsuri, Hasil Wawancara, 19 Mei 2023].

Informan 6 menjelaskan bagaimana dukungan bidang IT terhadap siaran di radio Sonora. Berikut merupakan penjelasan informan 6:

“Kalau dari segi IT sih itu kita *provide* alat alatnya yang pertama, misal kan mau ada *meeting* media iklan ya kita siapin, biasanya media iklan itu radio pasti audio kan, nah kita siapin nih ruangan untuk ngerekam, pasti kan dia nge rekam kan, mulai dari mic, isi nya sendiri, terus kalau dibutuhkan ee kalau dia membutuhkan ya pasti kita siapin *device device* nya, lebih ke menyiapkan device sih kalau disegi IT”. ([Heskie, Hasil Wawancara, 17 Mei 2023])

Tabel 4.4 Tabel Konvergensi Media Kontinum Tahap Cloning

Deskripsi	Istikomah (Informan 1)	Jumar (Informan 2)	Syamsuri (Informan 5)	Heskie (Informan 6)
Adanya penyampaian konten atau informasi yang diperbanyak di setiap platform	Sumber konten atau informasi di media sosial RRI juga ada yang berasal dari siaran teresterial. Publikasinya	Hasil dari siaran teresterial juga dapat di ubah menjadi suatu tulisan namun tidak merubah apapun dari isi konten, yang kemudian dapat di unggah pada website		

	juga disesuaikan dengan karakter media sosial masing-masing.	Radio Sonora yaitu Sonora.id.		
Proses adanya konten atau isi yang diperbanyak di setiap platform media yang dimiliki.	Siaran teresterial melalui gelombang frekuensi FM akan di ambil di beberapa bagian untuk dapat dimuat kembali di media sosial RRI	Siaran dapat di lihat di Youtube, kemudian dapat di unggah di Instagram atau di media sosial yang dimiliki oleh radio Sonora. Lalu dari siaran tersebut juga dapat di buat menjadi tulisan yang kemudian dapat di unggah di <i>platform</i> berita Sonora.		
Sumber informasi konten untuk diperbanyak.	Hasil dari siaran teresterial akan diunggah di <i>platform</i> media lain seperti media sosial dengan menyesuaikan karakteristik.	Terdapat tim sendiri di setiap <i>platform</i> media yang dimiliki untuk menaikkan konten atau informasi yang sama.	Mendukung dalam produksi yaitu proses editing	Mendukung dalam provide alat (sarana dan prasarana)

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Temuan Menarik :

1. Dukungan dari bidang teknologi media baru RRI adalah berupa bantuan dalam proses editing, sedangkan Radio Sonora memiliki tim tersendiri dalam setiap *platform* media yang dimiliki untuk menghasilkan atau mempublikasikan konten ke *platform* media masing-masing.

4.2.2.3 *Coopetition*

Penjelasan informan mengenai tahap konvergensi media kontinum tahap *Coopetition*. *Coopetition* merupakan tahap saat entitas media terkonvergensi saling bekerja sama serta melakukan kompetisi disaat yang juga bersamaan. Dalam hal ini juga adanya pertukaran mengenai pengetahuan dari kedua media yang melakukan

kerja sama. Contoh dari kompetisi ini biasanya dilakukan oleh media yang masih berada dalam satu grup media yang sama.

Informan 1 menjelaskan bahwa kerja sama dengan media lain seperti TVRI yang merupakan sama sama lembaga penyiaran publik telah dilakukan sejak lama, namun semenjak masuk ke dunia digital kini RRI memiliki RRI Net yang lebih difokuskan, karena RRI Net merupakan tayangan audio visual yang dimiliki oleh RRI. Namun disamping itu kerja sama dengan media lain yang masih dilakukan oleh RRI sampai saat ini adalah kerja sama dalam ruang pemberitaan yang dilakukan oleh Pro 3, kemudian siaran yang berjaringan antara setiap program yang ada di RRI. Berikut merupakan penjelasan informan 1 :

“Sama TVRI pernah tapi karena sekarang punya rri net sendiri itu jarang, kita kolaborasinya soal berita saja, misal ada kegiatan kita undang tvri untuk sama sama menyiarkan di konten berita ya yang sifatnya news. Kalau kita lihat pergeseran dari media kayak kami media massa baik elektronik maupun cetak itu kan sudah bergeser ke media sosial jadi multiplatform, jadi kita lebih main ke youtube, rri play go kami, lalu rri net, di media sosial yang kami gunakan. Kalo news kami akan menggandeng semua tv nasional malahan, seperti kemarin kami mengundang tv one, metro tv, kami undang untuk bagaimana sama sama menginformasikan yang sifatnya news di media media yang ada di Jakarta baik elektronik maupun cetak atau online, kami akan berkolaborasi seperti itu. Selain itu siaran yang sifatnya keagamaan dan ada pemerintah dari pusat untuk berjaringan, besok idul adha pro 1 dan pro 4 berjaringan” [Istikomah, Hasil Wawancara, 9 Mei 2023]

Informan 2 menjelaskan bahwa Sonora yang merupakan media radio bagian dari perusahaan media massa yaitu Kompas Gramedia, radio sonora juga telah melakukan kerja sama dengan berbagai perusahaan media yang dimiliki oleh Kompas Gramedia. Berikut merupakan penjelasan informan 2:

“Banyak. Dengan Toko Buku dan Penerbit Buku Kompas Gramedia acara bedah buku. Lalu bersama dengan Hotel Santika acara event seminar di hotel, lalu dengan KompasTV event off air pembagian setbox tv digital dll. Peran radio sonora dalam hal ini pada penyiaran seperti Ada yg live ada yg rekaman atau cukup naik di YoutubeTergantung kebutuhan, durasi dan value. Ada yang kerjasama sebagai support program kerjasama ada yang ada nilai uangnya. Jika yang ada nilai uang semi barter kayak event di hotel atau kerjasama dgn kompastv ada nilai uang. Bedah buku biasanya kerjasama barter sonora dapat konten program buku baru dan toko buku produknya tersosialisasi” [Jumar, Hasil Wawancara, 12 Mei 2023]

Tabel 4.5 Tabel Konvergensi Media Kontinum Tahap Coopetition

Deskripsi	Istikomah (Informan 1)	Jumar (Informan 2)
Kerja sama dengan media media lain dibawah satu grup yang sama.	Bekerja sama dengan TVRI saat sebelum adanya RRI Net. Saat ini berfokus kepada multiplatform RRI. Kerja sama dengan TV Nasional dalam siaran pemberitaan dan hari keagamaan serta hari besar nasional. Kerja sama tersebut menghasilkan pertukaran atau <i>barter value</i> serta bertujuan untuk menginformasikan berita di media media yang ada di Jakarta.	Bekerja sama dengan Toko Buku Kompas Gramedia, Kompas TV, Hotel Santika. Kerja sama tersebut menghasilkan pertukaran atau <i>barter value</i> seperti profit dan promosi produk.

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

4.2.2.4 Content Sharing

Penjelasan informan terkait dengan konvergensi kontinum tahap *Content Sharing*. *Content Sharing* yang merupakan media berbeda dan berbagi suatu konten pada pengemasan ulang atau repackaged. Konvergensi ini biasanya dilakukan oleh platform media-media yang berbeda namun berada di satu payung yang sama. Penjelasan informan terkait dengan proses repackage mengenai konten atau suatu informasi. Informan 1 dan informan 2 menjelaskan bahwa informasi yang didapatkan bisa di unggah diseluruh media yang dimiliki oleh RRI dan juga Sonora sendiri. Informasi yang didapatkan bisa digunakan ulang atau di repackage kembali untuk di unggah di media lainnya. Berikut merupakan penjelasan informan 1:

“Iya harus, karena kita menggunakan perencanaan, kita sesuai dengan perencanaan, Kami akan mengambil potongan potongan itu yang akan kami tayangkan di media sosial kami dan bisa juga tampil di teresterial kami dalam bentuk kalau bahasanya kami tuh ini *filler*, informasi pendek yang menarik dan unik atau pesan singkat dari seorang yang untuk diketahui dan menjadi masyarakat sebaiknya tau, itu yang kami sebut sebagai *base cut*” [Istikomah, Hasil Wawancara, 9 Mei 2023]

Informan 2 menjelaskan bahwa penyampaian konten secara pararel dimulai dari siaran teresterial atau on air terlebih dahulu dan kemudian baru dapat di unggah melalui *platform* media lainnya seperti Youtube dan Facebook. Berikut merupakan penjelasan informan 2:

“kalau prioritas ya *on air* dulu baru Facebook *live*, kecuali kalau tim nya cukup ya kita masing masing berjalan video Facebook *live* dia sendiri, yang *on air* dia sendiri. Kalau dulu kan yasudah siaran di studio dateng selesai nah sekarang bisa dilihat di Youtube, bisa dipotong potong di naikan di podcast dan bisa juga em apa namanya ee bisa di modified, misal potongannya bisa masuk ke ig, bisa masuk ke sosial, yang lain, kami juga memiliki portal berita namanya Sonora.id, jadi misalnya hasil dari *talkshow* ini di rewrite dibuat artikel naik ke Sonora.id” [Jumar, Hasil Wawancara, 12 Mei 2023]

Informan 5 dan 6 merupakan dari bagian teknologi media baru dan IT Support, dimana jobdesk tersebut bertanggung jawab atas kegiatan *broadcasting* yang ada. Dukungan dari posisi informan 5 dan 6 adalah berupaya untuk mempersiapkan segala sesuatu yang berhubungan dengan penyiaran dan menyediakan apa yang dibutuhkan untuk penyiaran. Berikut merupakan penjelasan informan 5:

“Setelah proses keseluruhan kami utamakan untuk broadcating di Youtube, untuk *broadcasting live*, kemudian nanti kita repackage ke Instagram trus bisa ke mana lagi Facebook bisa, TikTok bisa, Cuma kan dia punya durasi pendek ya, ya kita promosikan lah bahasanya” [Syamsuri, Hasil Wawancara, 19 Mei 2023]

Informan 6 menjelaskan bahwa apa yang menjadi kebutuhan dari departemen penyiaran akan menjadi tugas dan tanggung jawab tim IT. Berikut merupakan penjelasan informan 6:

“Kalau dari tim IT sebenarnya kan fungsi IT kita menyiapkan apa yang mereka butuhkan misalnya mas saya mau syuting nih butuh kamera butuh *lighting* tolong disiapin jadi dalam segi konten itu tuh kita cuma nyiapin alat gitu doang tapi untuk *responsibility* akan kontennya itu bukan kita, karena mereka punya tim sendiri dan mereka punya apa namanya standarnya mereka gitu gitu” [Heskie, Hasil Wawancara, 17 Mei 2023]

Tabel 4.6 Tabel Konvergensi Media Kontinum Tahap Content Sharing

Deskripsi	Istikomah (Informan 1)	Jumar (Informan 2)	Syamsuri (Informan 5)	Heskie (Informan 6)
Proses repackage atau pengemasa ulang suatu konte untuk disebarakan atau dimuat ulang di platform media lain	Sesuai dengan perencanaan. Mengambil potongan dari siaran untuk ditayangkan di media sosial.	Informasi didapatkan dari tim Sonora akan di <i>modified</i> dan di unggah di platform yang dimiliki oleh radio Sonora. Seperti tayangan youtube yang	Setelah proses siaran, tim TMB akan mengolah ulang atau memproses seperti mengedit hasil dari siaran tersebut yang di repackage untuk dapat dimuat	Tim IT menyiapkan yang dibutuhkan oleh tim program untuk melakukan proses repackage.

dapat diedit dan diunggah ke podcast maupun instagram, lalu hasil dari talkshow siaran teresterial dapat di tulis ulang untuk diunggah menjadi artikel di Sonora.id ulang di media sosial RRI.

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

4.2.2.5 Full Convergence

Penjelasan informan 1, informan 2, informan 3, dan informan 4, terkait dengan konvergensi media kontinum tahap *Full Convergence*. *Full Convergence* merupakan saat media bekerja sama secara totalitas dalam pengumpulan, produksi, dan distribusi konten. Tujuan kerja sama ini adalah untuk memaksimalkan keunikan atau karakteristik platform media masing-masing dalam penyampaian konten kepada masyarakat. Pada tahap ini, media-media yang bekerja sama dapat menghasilkan konten dan topik secara kolaboratif dengan memanfaatkan kekuatan platform masing-masing media.

Penjelasan informan terkait *platform* media yang dimiliki bagaimana terjadinya pembuatan suatu konten yang kolaboratif. Informan 1 dan informan 2 menjelaskan mengenai acara besar yang melibatkan banyak pihak, informan 3 dan 4 menjelaskan mengenai dukungan mereka untuk berhubungan dengan stakeholder sehingga dapat mendukung acara dengan lancar. Berikut merupakan penjelasan informan 1:

“Jadi kami bagaimana merencanakan, membuat programnya, bagaimana kami menyiarkannya, sosial media kami, sebenarnya itu kan melalui perencanaan semuanya, kayak mba kasturi tuh misalnya ada informasi dari produser A besok siapa narasumbernya ABCD akan tu mbak dibuatkan e-flyer nya akan disampaikan pada kan kita ada yang menyusun daftar acara siaran yang menjadi panduan penyiar di studio. Tidak hanya di teresterial menggunakan FM itu tapi semua media kami seperti itu, media digital kami, dari sosial media, dari rri net kami, menjadi satu kesatuan ketika kita menghubungi narasumber kerja sama, ketika kita punya program kayak car free day pun kita begitu hari minggu besok kita car free day besok itu semua akan tayang di semua *platform* media kami karena untuk menysasar semua segmen progrma program kami sesuai dengan pendengar karakter pengguna sosial media, dan karakter konten digital begitu” [Istikomah, Hasil Wawancara, 9 Mei 2023]

Informan 2 menjelaskan bahwa terdapat acara besar yang melibatkan berbagai *platform* media yang dimiliki oleh radio Sonora turut ikut andil dalam mempromosikannya dan merencanakannya. Berikut merupakan penjelasan informan 2:

“Kemarin ini kita melakukan ulang tahun Sonora yang ke lima puluh agustus tahun lalu kami membuka 2 event besar yang pertama fun rally jakarta semarang yang kedua siaran 50 jam *nonstop* komunitas komunitas tuh siaran nonstop 50 jam ya tentunya kita membuat *planning* *planning* ya program program mulai dari tahap awal survei kemudian time pengaturan ini jam jam programnya sampai puncaknya puncak acaranya seperti itu jadi melalui beberapa tahap tahapan sehingga acara itu benar benar berjalan dengan baik. itu sudah secara otomatis terprogram misalnya promoitu jadi promo itu mereka sudah ter program misal beberapa jam promo itu akan naik jadi sudah di setting kontennya kalau di sharing di status ig itu sudah di program nah waktunya itu naik jam sekian jam sekian” [Jumar, Hasil Wawancara, 12 Mei 2023]

● Informan 3 menjelaskan proses kerja sama bidang bidang di RRI dan juga penggunaan dari *platform* media itu sendiri dalam membuat konten yang kolaboratif. dimana Berikut merupakan penjelasan informan 3:

“Kita akan mencoba menggali ide kreatif, kita membangun tim dulu internal, kita ada panitia inti yang mencoba merumuskan kira kira misalkan ulang tahun rri jakarta 11 september apa yang akan kita buat, biasanya 4 bulan sebelum hari H itu sudah kita buat perencanaan, karena akan berhubungan juga dengan nanti kita mencari sponsor, ada juga dari kantor ya, tapi kadang kadang kurang memadai, maka ini kita akan buat itu supaya 3 bulan sebelum acara tersebut kita sudah menyebarkan sponsor sponsor yang sifatnya nanti bisa membantu kegiatan tersebut, kita susun lintas bidang untuk supporting acara tersebut, misalkan dari program karena mereka membuat konten programnya, membuat isi acaranya seperti apa, lalu bagaimana supporting teknik, lalu bagaimana sponsor, perjanjian kerja sama nya, setelah mereka oke lalu kita eksekusi, jadi kalau sekiranya tidak memungkinkan kita ada alternatif-alternatif lain kira kira program apa yang paling sesuai yang bisa kita lakukan, pendengar langsung bisa bertatap muka karena rri jakarta konvergensi media bukan hanya melalui suara tapi juga kita melalui gambar ada tv. kita menyodorkan itu ke bidang program supaya orang orang program menyiarkan dalam bentuk spot kah, jingle kah, atau adlibs, dari sisi siaran broadcast tapi dari sisi flyernya kita juga akan membuat, program tertentu harus membuat flyer ini dan kita menginformasikan bahwa ada kegiatan ini atau bintang tamu ini, tergantung bagaimana konten program itu berasal” [Aden, Hasil Wawancara, 12 Mei 2023]

Informan 4 menjelaskan bahwa terdapat suatu acara yang kolaboratif yang menggunakan berbagai media yang dimiliki oleh radio Sonora.berikut merupakan penjelasan informan 4:

“Tim business development agar berjalan itu lancar tentunya yang jelas sinergi ya, misalnya Sonora kemarin ulang tahun, mengadakan event kita menggandeng *stake holder* pemangku kepentingan yang lain, kementerian atau lembaga untuk bisa berkolaborasi, misalnya kita contoh kemarin kita *fun rally* jakarta semarang ulang tahun ke 50 kami divisi pengembangan usaha atau tim bisnis menggandeng kementerian kominfo, bln, untuk bisa berkolaborasi sehingga acara ini berjalan, dan mereka memberikan sebuah sponsor lah nah mereka memberikan donasi sponsor, trus kemudian benefitnya apa ya benefitnya ada benefitnya yang diberikan kepada mereka karena mereka telah menjadi sponsor kita, misalnya, mereka di promosikan di media sosial selama event ini, di on air, kemudian di portalnya misalnya biasanya ditulis kan acara ini di sponsori oleh pln kominfo dan sebagainya jadi pengembangan usaha ya dia harus bersinergi dengan pihak lain, mencari sponsor dan sebagainya”. [Jumar, Hasil Wawancara, 12 Mei 2023].

Tabel 4.7 Tabel Konvergensi Media Kontinum Tahap Full Convergence

Deskripsi	Istikomah (Informan 1)	Jumar (Informan 2)	Aden (Informan 3)	Jumar (Informan 4)
Terjadinya pembuatan suatu konten yang kolaboratif, dimulaidari perencanaan, produksi, serta distribusi konten yang dilakukan oleh masing-masing platform media.	Melalui suatu perencanaan dalam setiap <i>platform</i> media yang dimiliki oleh RRI. Contoh seperti acara Car Free Day, semua <i>platform</i> media harus mendukung acara tersebut dengan memuat konten mengenai Car Free Day, dimana bentuk informasi yang disampaikan disesuaikan dengan karakteristik masing masing media	Suatu acara besar melibatkan seluruh <i>platform</i> yang dimiliki oleh radio Sonora. Telah ada perencanaan mengenai promosi promosi pada setiap <i>platform</i> media yang digunakan.	Membuat perencanaan yang matang, serta menjalin hubungan antara bidang seperti bidang program, bidang teknologi media baru untuk dapat bekerja sama. Kerja sama dengan bidang program untuk membuat suatu konten promosi atas acara tersebut dengan menggunakan platform yang dimiliki seperti saat siaran teresterial, Instagram setiap program, akun tikok, dan juga twitter.	Kerjasama dengan stake holder atau pihak eksternal dalam suatu acara besar. Acara tersebut juga di promosikan melalui setiap <i>platform</i> yang dimiliki oleh Radio Sonora.

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Temuan menarik:

1. Meskipun RRI adalah radio siaran publik yang didanai oleh negara, namun RRI juga bisa mencari sponsor atau sumber pendapatan tambahan.

4.3. Diskusi Teoritis

Media radio dituntut untuk dapat beradaptasi dengan jaman yang terus bergerak di era digital ini agar dapat bertahan dan menjangkau pendengar yang telah mengalami perubahan gaya hidup yang serba digital. Persaingan di industri media massa di era digital ini membuat radio siaran publik maupun radio siaran swasta harus bersaing dengan adanya media lain seperti TV dan media *online*. Dengan demikian, radio perlu melakukan konvergensi media sebagai upaya untuk bertahan. Konvergensi media dapat terjadi dari adanya penggabungan atau peralihan antara media konvensional ke media baru ataupun media digital yang merupakan media dengan penggunaan teknologi internet. Hadirnya konvergensi media ini dapat menyebabkan berbagai pengusaha media di negara Indonesia dapat menggabungkan anak perusahaan secara keseluruhan yang awalnya terpisah kemudian dapat menjadi satu media (Sambo & Yusuf, 2017).

Banyak radio yang telah mengudara sejak lama karena radio merupakan media massa lama yang telah digunakan sejak berpuluh puluh tahun lamanya bahkan sebelum ada dan munculnya media *online* yang saat ini menjadi media massa yang banyak digunakan oleh masyarakat. Dalam wilayah Jabodetabek ini banyak radio yang gugur untuk bertahan namun tidak sedikit pula radio yang dapat bertahan mengikuti perkembangan jaman ini. Beberapa diantaranya adalah Radio Siaran Publik yaitu Radio Republik Indonesia Jakarta dan Radio Siaran Swasta yaitu Radio Sonora Jakarta.

Era digital ini tentunya berbeda dengan era dimana radio belum melakukan konvergensi ke media baru, strategi penyiaran radio publik berubah. Saat sebelumnya radio hanya melakukan siaran teresterial, namun memasuki era digital ini radio juga memiliki *platform* lain dalam menyebarkan informasi seperti website dan media sosial. Strategi yang digunakan dalam penyiaran radio pun berubah, di

era digital ini diperlukan adanya strategi penyiaran radio yang dapat menjangkau *platform* media lain yang dimiliki oleh radio itu sendiri. Produksi radio saat ini tidak hanya memikirkan, merencanakan, dan membuat strategi mengenai bagaimana program-program yang disiarkan hanya pada saat *on air* saja, namun juga pada media *online*, hal ini berkaitan dengan konvergensi media digital yang dilakukan oleh radio seperti halnya pemanfaatan media sosial (Pratama, 2022).

Radio siaran publik yaitu Radio Republik Indonesia telah mengudara sejak 11 September 1945 atau pada tahun 2023 ini RRI telah mengudara selama 77 tahun lamanya. RRI merupakan radio siaran publik yang berstatus sebagai BUMN (Badan Usaha Milik Negara) berbentuk PERJAN (Perusahaan Jawatan) yang bukan tujuan utamanya mendapatkan profit. Sumber pembiayaan radio siaran publik berasal dari iuran penyiaran yang berasal dari masyarakat, Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara maupun Daerah (APBN dan APBD), sumbangan dari masyarakat, siaran iklan, dan usaha sah lainnya yang berkaitan dengan diselenggarakannya siaran (Morissan, 2018).

RRI khususnya RRI Jakarta yang berada di wilayah perkotaan dan ibu kota Indonesia telah mengudara selama berpuluh-puluh tahun lamanya dan melihat bahwa RRI merupakan radio siaran publik yang memiliki sumber dana yang pasti, RRI berhasil bertahan di era digital ini dengan berbagai upaya yang dilakukannya.

Radio Siaran Swasta merupakan salah satu lembaga penyiaran yang bersifat komersial. Lembaga penyiaran swasta mendapatkan sumber pembiayaan melalui siaran iklan dan usaha lain yang sah dan terkait dengan penyelenggaraan penyiaran (kpi.go.id). Radio komersial memiliki orientasi pada industri penyiaran yang menghasilkan keuntungan finansial.

Radio Sonora Jakarta merupakan radio di tahun 2023 ini terhitung telah mengudara selama 51 tahun lamanya sejak 8 Agustus 1972. Radio Sonora merupakan radio swasta atau radio yang memiliki sifat komersial dan menjadi bagian dari perusahaan Kompas Gramedia atau KG Network. Kompas Gramedia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang massa sejak tahun 1965, saat ini Kompas Gramedia telah memiliki anak perusahaan yang bervariasi dimulai dari media cetak, radio, hotel, lembaga pendidikan, televisi, event organizer, industri, dan usaha. Melihat hal tersebut berdirinya dan bertahannya Radio Sonora di era

digital ini tidak lepas dari latar belakang Radio Sonora yang menjadi bagian dari perusahaan media massa besar seperti Kompas Gramedia.

Radio Republik Indonesia Jakarta dan Radio Sonora Jakarta merupakan 2 dari banyaknya radio yang telah mengudara lebih dari 50 tahun dan masih tetap bertahan di era digital ini. Bertahannya RRI maupun Radio Sonora tidak terlepas dari strategi penyiaran yang menjadi faktor radio dapat terus mempertahankan pendengar. Maka dari itu, penelitian ini difokuskan untuk dapat menjawab rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini yaitu komparasi strategi konvergensi media pada radio siaran publik yaitu Radio Republik Indonesia Jakarta dan radio siaran swasta yaitu Radio Sonora Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengeksplor mengenai bagaimana strategi konvergensi media yang digunakan pada RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta demi bertahan di era digital ini. Konvergensi media merupakan hal yang pasti terjadi, dalam penelitian ini menggunakan RRI Jakarta yang merupakan radio siaran publik, dan Radio Sonora Jakarta yang merupakan radio siaran swasta, serta menggunakan konsep Konvergensi Media Kontinum menurut Dailey, Demo, dan Spillman yang terdiri dari 5 tahap yaitu *Cross Promotion*, *Cloning*, *Coopetition*, *Content Sharing*, dan *Full Convergence* (Dalam Yelmi, 2021).

Bertahannya RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta yang berusia lebih dari 50 tahun ini tentu mengalami perubahan perubahan atau adaptasi di Era digital ini. Berikut merupakan tabel Komparasi mengenai perubahan, adaptasi, serta strategi yang dilakukan oleh RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta di era digital ini dalam beradaptasi dan melakukan konvergensi media :

Tabel 4.8 Tabel Adaptasi dan Strategi Penyiaran Radio RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta

Adaptasi dan Strategi Penyiaran Radio	Radio Republik Indonesia Jakarta	Radio Sonora Jakarta
Adaptasi atau perubahan Radio	RRI telah menggunakan Media sosial Youtube, Instagram, TikTok, dan Twitter, RRI memiliki website media <i>online</i> bernama rri.co.id, RRI memiliki aplikasi RRI Play Go, RRI bekerja sama dengan televisi jaringan indihome.	Radio Sonora telah menggunakan media sosial twitter, Facebook, Instagram, joox, namun tidak memiliki aplikasi tersendiri. Perencanaan konten dilakukan oleh para pekerja di Radio Sonora Jakarta itu sendiri.

<p>Strategi Penyiaran Radio</p>	<p>RRI memiliki kebijakan aturan dalam memproduksi suatu program. Siaran RRI juga diawasi oleh Direktorat Program dan Produksi.</p> <p>RRI memberikan pelayanan kepada negara dalam bentuk PNPB.</p> <p>Memiliki kebijakan atau regulasi yang ditetapkan oleh Direktorat Program dan Produksi RRI.</p> <p>Pendengar semakin beragam.</p> <p>Memilih tim atau sdm yang berkompeten di bidangnya.</p> <p>Menyampaikan informan A1 dan sejalan dengan visi misi atau regulasi yang ada.</p> <p>Evaluasi dengan memberikan pelatihan workshop kepada para pekerja untuk meningkatkan kualitas SDM.</p> <p>Berdampak kepada perubahan positif dengan adanya ide kreatif dengan bekerja sama oleh pihak eksternal.</p>	<p>Merencanakan konten penyiaran di setiap media sosial yang digunakan maupun untuk teresterial.</p> <p>Pendengar semakin beragam.</p> <p>Evaluasi dilihat dari jumlah pendengar dan juga nielsen.</p> <p>Membuat program sesuai dengan visi misi perusahaan namun sekaligus dapat mendatangkan profit seperti program Sonora Broadcast Academy.</p> <p>Berdampak dengan munculnya ide ide kreatif dan jug sumber pemasukan.</p>
--	--	--

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Baik RRI maupun Radio Sonora Jakarta telah melakukan adaptasi di era digital ini dengan menggunakan platform media yang berbasis internet seperti media sosial. Fleksibilitas pada era teknologi internet ini dapat mengkombinasikan atau menggabungkan berbagai tipe dari media massa yang ada dapat dikatakan sebagai kelebihan dari internet teknologi ini (Hidayat, 2015). Adaptasi yang dilakukan oleh RRI Jakarta dan Radio Sonora telah menunjukkan bagaimana perkembangan radio konvensional hingga digital.

RRI Jakarta telah aktif di beberapa media sosial seperti Instagram, Youtube, dan TikTok, selain itu RRI Jakarta juga memiliki website tersendiri yaitu rri.co.id, RRI juga bekerja sama dengan saluran TV seperti Indihome, RRI memiliki aplikasi

tersendiri bernama RRI Play Go. RRI memiliki aplikasi sendiri bernama RRI Play Go dimana didalamnya pendengar dapat mengakses siaran radio dari seluruh RRI di Indonesia, dapat membuat *playlist* lagu sendiri, terdapat pantauan arus jalan, memiliki notifikasi peringatan gempa, terdapat siaran *live* RRI Net, gim edukasi, mendengarkan podcast, melihat jumlah pendengar yang sedang mendengarkan siaran radio RRI. Sedangkan Radio Sonora tidak memiliki aplikasi tersendiri.

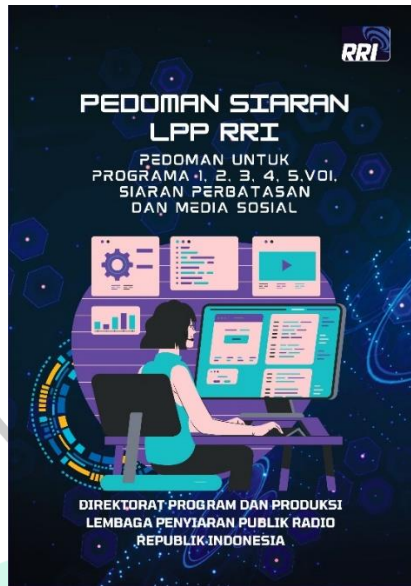
Menurut Joseph R Dominick (2012) stasiun radio satelit, teresterial dan online telah menghadapi peningkatan persaingan dari iPhone, iPod, dan perangkat lainnya yang memungkinkan orang dapat mendengarkan hal seperti musik daripada menggunakan radio, agar tetap kompetitif, stasiun radio membuat aplikasi media seluler. Aplikasi yang dimiliki oleh stasiun radio dengan berbagai fungsinya menunjukkan bahwa radio telah menghadapi persaingan dengan media lainnya demi dapat bertahan.

- Sedangkan Radio Sonora juga aktif pada media sosial yaitu Instagram, Facebook, dan Youtube, Sonora memiliki website atau media *online* yaitu Sonora.id, Sonora tidak bekerja sama dengan stasiun tv manapun, Sonora tidak memiliki aplikasi tersendiri. Dalam penggunaan media sosial, RRI sangat konsen dalam menggunakan aplikasi TikTok, akun TikTok RRI dimiliki oleh setiap program dengan isi konten yang berbeda beda sesuai dengan karakteristik program, sedangkan Sonora tidak konsen kepada media sosial TikTok, Sonora pernah mencoba untuk menggunakan TikTok namun tidak dilanjutkan karena minimnya SDM yang ada, namun Sonora konsen pada media sosial Facebook dan RRI tidak konsen pada media sosial Facebook karena dinilai tidak efektif digunakan oleh RRI.



Gambar 4.4 Data Media Sosial Radio Sonora (Internal Sonora)

Dalam strategi dan perencanaan konten ini, RRI memiliki regulasi atau aturan aturan struktural dalam memproduksi konten atau siaran yang ditetapkan dan diawasi oleh Direktorat Program dan Produksi RRI. Hal ini karena RRI merupakan Lembaga Penyiaran Publik milik Negara sehingga adanya regulasi regulasi tersebut menjadi salah satu ciri khas RRI sebagai lembaga penyiaran publik dalam membuat program yang sesuai dengan visi misi an regulasi yang ada. Sumber pembiayaan RRI juga berasal dari negara, maka dari itu strategi atau manajemen media penyiaran publik perlu dipersiapkan dan dilakukan dengan baik, mengingat banyaknya sumber pembiayaan dan tugas utama stasiun publik yaitu untuk melayani kepentingan masyarakat luas. Disamping itu RRI memiliki kewajiban untuk dapat memberikan pelayanan kepada negara dalam bentuk PNBP. PNBP telah diatur oleh Kementerian Keuangan mengenai tarif yang harus diberikan. PNBP juga mengalami penurunan di masa pandemi Covid-19.



Gambar 4.5 Pedoman Siaran LPP RRI (Internal RRI)

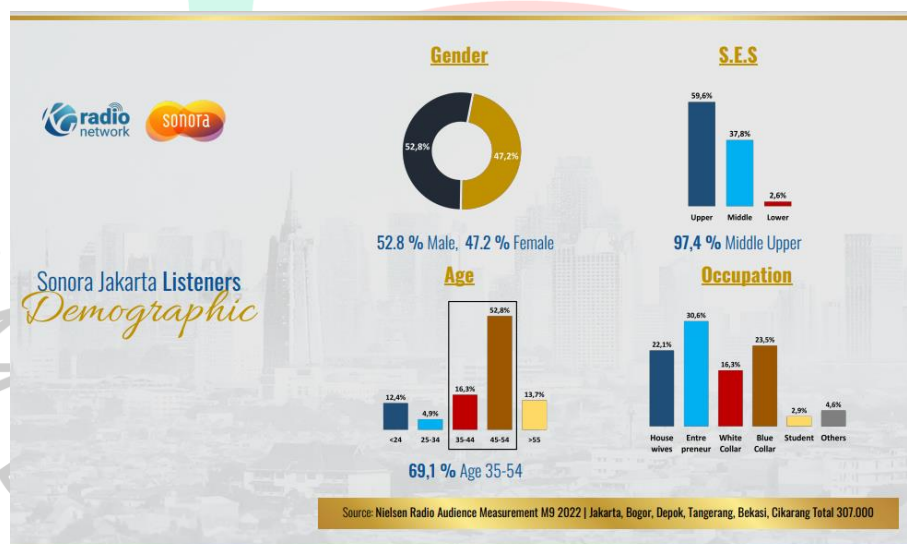
Radio Sonora sebagai radio siaran swasta merencanakan konten dengan sendirinya baik di media sosial maupun teresterial. Dalam perencanaan konten, Radio Sonora terus berusaha melakukan inovasi penyiaran yang sesuai dengan visi dan misinya, namun juga tetap mementingkan profit, program yang dibuat harus dapat menghasilkan pendapatan ataupun profit, salah satunya yaitu program Sonora Broadcast Academy. Hal tersebut juga disampaikan oleh Informan dari radio Sonora yaitu informan 2, 4, dan 6 memiliki pendapat bahwa dengan adanya konvergensi media ini berdampak pada pemasukan profit radio Sonora.

Hal ini berkaitan dengan Radio Sonora adalah salah satu stasiun radio swasta yang memiliki orientasi pada keuntungan atau pendapatan, karena sumber pembiayaan stasiun radio swasta berasal dari siaran iklan dan kegiatan lain yang sah dan terkait dengan penyelenggaraan penyiaran. Hal ini sesuai dengan fakta bahwa lembaga penyiaran swasta memperoleh sumber pendanaan dari siaran iklan dan kegiatan lain yang sah dan relevan dengan penyelenggaraan penyiaran (kpi.go.id).

Stasiun radio teresterial lambat dalam memasuki era digital namun terus mengejar ketertinggalan. Stasiun radio awalnya hanya berbasis audio dari siaran analog, kemudian persaingan meningkat dengan radio online serta terjadinya penurunan dalam pendapatan, hal tersebut mendorong stasiun radio teresterial untuk membuat strategi yang baru dan menghasilkan bagaimana radio tradisional

bergerak kepada online secara besar besaran (Dominick, Joseph R, 2012). Konvergensi media merupakan pergerakan dan perubahan yang dilakukan baik oleh RRI dan Radio Sonora untuk menunjukkan bagaimana radio membuat strategi dan bergerak maju mengikuti perkembangan teknologi komunikasi dan informasi.

Kemudian evaluasi program yang dilakukan oleh RRI Jakarta adalah dengan memberikan pelatihan kepada para SDM dan bertujuan untuk bagaimana SDM dapat memberikan dan menghasilkan ide ide kreatif untuk diajukan sebagai perencanaan konten program. Sedangkan Radio Sonora melakukan evaluasi dengan melihat dari jumlah pendengar dari program programnya serta data pendengar yang didapatkan dari nielsen, jika suatu program tidak memiliki pendengar yang dikatakan bagus, maka program tersebut akan dihentikan, namun jika pendengarnya dapat dikatakan bagus, maka program tersebut dapat lanjut berjalan.



Gambar 4.6 Data Demografi Nielsen 2022 Pendengar Radio Sonora (Internal Sonora)

Siaran radio di era digital ini mempermudah para pendengar untuk mengkonsumsi siaran radio. Perubahan dalam mengkonsumsi media memunculkan jenis pendengar yang terintegrasi melalui pendengar radio baik FM maupun *streaming online* dan pengguna jaringan sosial yang terlibat secara aktif baik dalam produksi maupun *sharing content*, hal ini disebut dengan *e-listeners* menurut Cordeiro (dalam Haryati, 2020).

Tabel 4.9 Tabel Komparasi Konvergensi Kontinum

Konvergensi Media Kontinum Tahap Cross Promotion	Radio Republik Indonesia Jakarta	Radio Sonora Jakarta
Tahap Cloning	<p>Dalam tahap <i>Cross Promotion</i> RRI Jakarta saling melakukan kerja sama antara platform media yang dimiliki dengan menyebarkan konten dari platform satu sama lain, mencantumkan nama atau logo pada saat <i>live streaming</i>, penyebutan media sosial dalam siaran teresterial. Melakukan promosi sebelum di media sosial berlangsungnya siaran teresterial.</p>	<p>Dalam tahap <i>Cross Promotion</i> RRI Jakarta saling melakukan kerja sama antara platform media yang dimiliki dengan menyebarkan konten dari media satu sama lain, mencantumkan nama atau logo pada saat <i>live streaming</i>, penyebutan media sosial dalam siaran teresterial. Melakukan promosi sebelum di media sosial berlangsungnya siaran teresterial.</p>
Tahap Coopetition	<p>Sumber informasi yang disampaikan di media sosial yang dimiliki oleh RRI Berasal dari siaran teresterial untuk dipublikasikan kembali di media sosial dengan menyesuaikan karakteristik dari media sosial masing-masing.</p>	<p>Sumber informasi untuk media sosial dapat diambil dari tayangan <i>live streaming</i> video di Youtube Sonora, prosesnya adalah video yang didapatkan akan diunggah kembali di media sosial. Selain itu siaran teresterial dapat diubah menjadi tulisan dimana tulisan tersebut akan diunggah ke website milik Radio Sonora yaitu Sonora.id. Radio Sonora memiliki tim tersendiri untuk <i>platform</i> media sosial.</p>
Tahap Content Sharing	<p>Sempat bekerja sama dengan media lain yaitu TVRI. Saat ini masih bekerja sama dengan media lain seperti TV Nasional. Kerja sama yang masih dilakukan adalah pada Pro 3 RRI dalam konteks pemberitaan (<i>news</i>). Siaran berjaringan akan dilakukan ketika terdapat hari keagamaan atau hari besar nasional.</p>	<p>Bekerja sama dengan Toko Buku Kompas Gramedia, Kompas TV, Hotel Santika. Kerja sama tersebut menghasilkan pertukaran atau <i>barter value</i> seperti profit dan promosi produk.</p>
Tahap Full Convergence	<p>Penyebaran informasi yang dilakukan dapat berasal dari kerja sama antar <i>platform</i> media yang dimiliki oleh RRI Jakarta, sumber informasi atau konten dari <i>platform</i> media yang dimiliki oleh RRI dapat diunggah ulang ataupun dilakukan pengemasan ulang seperti potongan potongan di teresterial dapat diunggah ulang di media sosial. RRI Jakarta mendapatkan bantuan dari bidang teknologi media baru untuk mengedit konten tersebut.</p>	<p>Informasi yang didapatkan dari suatu sumber akan di <i>modified</i> dan di unggah di <i>platform</i> yang dimiliki oleh radio Sonora. Seperti tayangan youtube yang dapat diedit dan diunggah ke podcast maupun instagram, lalu hasil dari talkshow siaran teresterial dapat di tulis ulang untuk diunggah menjadi artikel di Sonora.id</p>
Tahap Full Convergence	<p>Terdapat suatu acara yang melibatkan seluruh <i>platform</i></p>	<p>Terdapat suatu acara yang melibatkan seluruh <i>platform</i></p>

media bekerja sama yaitu seperti acara Car Free Day, perencanaan, produksi, hingga pendistribusian konten akan dilakukan oleh masing masing *platform* media demi mendukung kesuksesan acara tersebut berlangsung.

media bekerja sama yaitu acara Fun Rally Jakarta Semarang dan Siaran 50 Jam Nonstop, dimulai dari perencanaan, produksi, hingga pendistribusian konten akan dilakukan oleh masing masing *platform* media demi mendukung kesuksesan acara tersebut berlangsung.

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

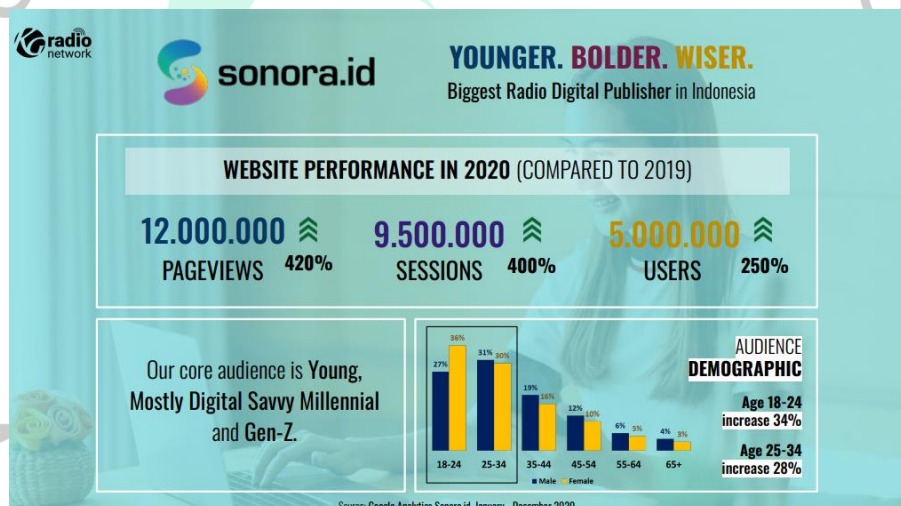
Konvergensi media kontinum tahap *Cross Promotion* menurut Dailey, Demo, dan Spillman (Dalam Yelmi, 2021) merupakan terjadinya kerja sama antara dua pihak media yang saling memberikan ruang yang dapat memperkenalkan konten dari media masing-masing kepada satu sama lain. Hal ini dilakukan baik dari radio Sonora maupun RRI Jakarta, seperti yang dinyatakan bahwa adanya kerja sama antara *platform* media yang dimiliki seperti adanya pencantuman logo *platform* yang dimiliki, kemudian penyebutan saat *live streaming* dan siaran teresterial.

Konvergensi media kontinum tahap *Cloning* juga telah dilakukan oleh RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta. *Cloning* menurut Dailey, Demo, dan Spillman (Dalam Yelmi, 2021) merupakan terjadinya konten media yang diperbanyak dengan tujuan dapat dimuat di media lainnya tanpa adanya perubahan. Tahap *Cloning* seperti yang dilakukan oleh RRI dan Radio Sonora yaitu terdapat sumber informasi yang disampaikan dari salah satu *platform* media yang dimiliki oleh RRI atau Sonora, yang kemudian diambil untuk dipublikasikan di media lainnya. Seperti RRI memiliki hasil rekaman siaran teresterial akan diambil dan dipublikasikan di *platform* media lainnya dan disesuaikan bentuknya dengan masing masing karakteristik dari media tersebut, lalu contoh pada radio Sonora terdapat dari *live streaming* Youtube yang akan di unggah di media sosial milik Sonora, selain itu hasil dari siaran teresterial akan diunggah di Sonora.id dengan bentuk artikel.

Konvergensi media kontinum tahap *Coopetition* dilakukan oleh RRI Jakarta dan Radio Sonora. *Coopetition* menurut Dailey, Demo, dan Spillman (Dalam Yelmi, 2021) tahap saat entitas media terkonvergensi saling bekerja sama serta melakukan kompetisi disaat yang juga bersamaan. Dalam hal ini juga adanya pertukaran mengenai pengetahuan dari kedua media yang melakukan kerja sama.

Contoh dari kompetisi ini biasanya dilakukan oleh media yang masih berada dalam satu grup media yang sama.

Tahap *Coopetition* dilakukan oleh RRI Jakarta karena dengan adanya kerja sama dengan media lain yaitu TVRI lalu dengan TV Nasional serta kerja sama dalam konteks pemberitaan yang dilakukan oleh Pro 3 RRI, selain itu sistem siaran berjaringan juga dilakukan ketika terdapat hari keagamaan ataupun hari besar nasional. Selain itu tahap *Coopetition* yang ditunjukkan dari Sadio Sonora adalah adanya kerja sama dengan perusahaan-perusahaan bagian dari Kompas Gramedia seperti kerja sama dengan Toko Buku Kompas Gramedia, lalu dengan Kompas TV, dan Hotel Santika. Kerja sama tersebut menghasilkan pertukaran atau *barter value* seperti profit dan promosi produk.



Gambar 4.7 Data Kunjungan Website Sonora.id (Internal Sonora)

Konvergensi media kontinum tahap *Content Sharing*, RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta telah melakukan tahap ini. *Content Sharing* menurut Dailey, Demo, dan Spillman (Dalam Yelmi, 2021) merupakan saat dimana *platform* media berbeda dan berbagi suatu konten pada pengemasan ulang atau *repackaged*. Konvergensi ini biasanya dilakukan oleh platform media-media yang berbeda namun berada di satu payung yang sama.

RRI Jakarta dapat dikatakan telah melakukan tahap *Content Sharing* karena adanya konten atau informasi yang ada dari *platform* media yang dimiliki oleh RRI yang dilakukan pengemasan ulang seperti potongan potongan di teresterial dapat

diunggah ulang di media sosial. RRI Jakarta mendapatkan bantuan dari bidang teknologi media baru untuk mengedit konten tersebut. Hal tersebut juga sama dilakukan oleh Radio Sonora Jakarta, informasi yang didapatkan akan di *modified* dan diunggah di *platform* yang dimiliki oleh Radio Sonora seperti tayangan youtube yang dapat diedit dan diunggah ke podcast maupun instagram, lalu hasil dari talkshow siaran teresterial dapat di tulis ulang untuk diunggah menjadi artikel di Sonora.id

Konvergensi Media Kontinum tahap *Full Convergence*, telah dilakukan oleh RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta. *Full Convergence* menurut Dailey, Demo, dan Spillman (Dalam Yelmi, 2021) merupakan saat dimana media bekerja sama dengan cara yang penuh atau totalitas dan kerja sama tersebut dapat dilihat dari pengumpulan, produksi, serta distribusi konten yang akan dilakukan oleh platform media dengan tujuan untuk dapat memaksimalkan keunikan atau karakteristik dari masing-masing platform media dalam hal penyampaian konten kepada masyarakat. Pada tahap ini, media-media yang bekerja sama dapat menciptakan konten maupun topik kolaboratif dengan memanfaatkan kekuatan platform masing-masing.

Tahap *Full Convergence* yang dilakukan oleh RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta, ditunjukkan dengan adanya suatu acara yang dilakukan oleh masing masing radio. RRI Jakarta memiliki acara bernama Car Free Day, dimulai dari perencanaan, produksi, hingga distribusi dari konten tersebut telah direncanakan dan telah terdapat perencanaan konten atau informasi yang akan diinformasikan kepada masyarakat di masing masing *platform* media yang dimiliki demi mendukung adanya acara tersebut. Kemudian Radio Sonora juga dapat dikatakan telah dilakukan karena adanya acara besar yang dilakukan yaitu tepat pada hari ulang tahun Radio Sonora yang ke 50 terdapat acara bernama fun rally semarang jakarta dan juga siaran 50 jam nonstop dimulai dari perencanaan, produksi, hingga distribusi dari konten tersebut telah direncanakan dan telah terdapat perencanaan konten atau informasi yang akan diinformasikan kepada masyarakat di masing masing *platform* media yang dimiliki demi mendukung adanya acara tersebut.

Cara yang paling efektif bagi stasiun radio untuk mengatur mereka adalah dengan format dan jenis program yang konsisten yang dirancang untuk dapat

menarik segmentasi audiens. Format juga dapat memberikan kepribadian, katakteristik, atau ciri khas yang menarik bagi audies (Dominick, Joseph R, 2012).

Jika dibandingkan dengan rujukan penelitian terdahulu yang berjudul “Convergence Continuum of Radio Songgolangit” menunjukkan perbedaan yaitu, pada penelitian ini membandingkan antara konvergensi media kontinum yang dilakukan oleh 2 radio yaitu radio siaran publik (RRI Jakarta) dan radio siaran swasta (Radio Sonora Jakarta) sedangkan pada rujukan penelitian terdahulu tersebut hanya pada radio songgolangit saja, selain itu hasil dari pada penelitian terdahulu tersebut disebutkan bahwa radio songgolangit masih belum terlihat melakukan tahap *Coopetition*, *Content Sharing*, dan *Full Convergence*, sedangkan dalam penelitian ini seluruh tahap telah dilakukan oleh RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta.

Jika dibandingkan dengan rujukan penelitian terdahulu berikutnya yang berjudul “Konvergensi Digital Radio Republik Indonesia Yogyakarta di Masa Pandemi Covid-19” menunjukkan perbedaan bahwa sesama RRI yang hanya berbeda lokasi, yaitu RRI Yogyakarta dan RRI Jakarta menunjukkan perbedaan bahwa dalam penelitian terdahulu proses konvergensi media kontinum telah dilakukan sampai tahap *Full Convergence*, atau dapat dikatakan RRI Yogyakarta telah melakukan 5 tahap konvergensi kontinum, sedangkan dalam penelitian ini seluruh tahap telah dilakukan oleh RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta, namun terdapat perbedaan dimana Radio Sonora Jakarta sangat berorientasi pada profit.

Kemudian jika dibandingkan dengan rujukan penelitian terdahulu berikutnya yang berjudul “Konvergensi Media di Radio Sonora Semarang” dimana pada penelitian terdahulu tersebut ditunjukkan bahwa Radio Sonora Semarang hanya melakukan satu tahapan konvergensi media kontinum yaitu pada tahap *Cloning*. Sedangkan pada penelitian ini seluruh tahap telah dilakukan oleh RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta.