

BAB V

PENUTUP

Kesimpulan pada penelitian ini disusun berdasarkan tujuan dari penelitian dan rumusan masalah yaitu mengetahui bagaimana komparasi strategi konvergensi media pada radio siaran publik yaitu RRI Jakarta dan radio siaran swasta yaitu Radio Sonora Jakarta. Selanjutnya adalah saran yang merupakan kontribusi peneliti terhadap hasil dari penelitian terhadap 2 stasiun radio mengenai penerapan strategi konvergensi media.

5.1. Kesimpulan

- Radio Siaran Publik RRI Jakarta dan Radio Siaran Swasta Radio Sonora Jakarta di era digital ini telah beradaptasi dan melakukan konvergensi media. Meskipun terdapat perbedaan antara radio siaran publik dan radio siaran swasta, RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta yang telah mengudara lebih dari 50 tahun berhasil bertahan dan masih tetap mengudara di era digital saat ini. Dengan menggunakan Konvergensi Media Kontinum yang terdiri dari 5 tahapan menurut Dailey, Demo, dan Spillman (Dalam Yelmi, 2021) sebagai konsep utama, didapatkan sejumlah temuan yang menjelaskan bagaimana adaptasi radio yang berusia lebih dari 50 tahun melakukan konvergensi media dan melakukan tahapan tahapan konvergensi media kontinum. Namun terdapat perbedaan pada keduanya dalam penerapannya.

Pertama, Baik RRI maupun Radio Sonora Jakarta telah melakukan adaptasi di era digital ini dengan menggunakan platform media yang berbasis internet seperti media sosial. RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta telah aktif di beberapa media sosial seperti Instagram dan Youtube, RRI Jakarta aktif di TikTok sedangkan Radio Sonora Jakarta aktif di Facebook. Selain itu RRI Jakarta juga memiliki website tersendiri yaitu rri.co.id, dan Radio Sonora terdapat Sonora.id. RRI juga bekerja sama dengan saluran TV seperti Indihome. RRI memiliki aplikasi tersendiri

bernama RRI Play Go dengan berbagai fitur yang dapat digunakan didalamnya, sedangkan Radio Sonora tidak memiliki aplikasi tersendiri.

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. 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.

Kemudian evaluasi program yang dilakukan oleh RRI Jakarta adalah dengan memberikan pelatihan kepada para SDM sehingga 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.

- Tahapan konvergensi media kontinum yang terdiri dari *Cross Promotion* , *Cloning*, *Coopetition*, *Content Sharing*, dan *Full Convergence*, telah dilakukan baik RRI Jakarta maupun Radio Sonora Jakarta. Namun karena kepemilikan dan orientasi bisnis siaran yang berbeda, maka terdapat perbedaan dalam pelaksanaannya.

Pada tahap *Cross Promotion* , RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta telah menjalankan tahap ini, 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. RRI saling melakukan kerja sama antar platform media yang dimilikinya dengan mempromosikan konten satu sama lain seperti promosi di media sosial mengenai siaran teresterial. Hal tersebut juga sama dilakukan oleh Radio Sonora Jakarta.

Pada tahap *Cloning*, RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta telah menjalankan tahap ini seperti yang dinyatakan bahwa RRI memiliki hasil rekaman siaran teresterial akan diambil dan dipublikasikan di *platform* media lainnya dan disesuaikan bentuknya dengan masing masing karakteristik dari media tersebut. Dalam pelaksanaannya adalah informasi yang disampaikan di media sosial berasal dari siaran teresterial namun dengan format menyesuaikan karakteristik dari masing masing platform media sosial, baik pada RRI dan Radio Sonora. Radio Sonora

mengambil tayangan dari *live streaming* Youtube yang kemudian akan diunggah di media sosial. Pada RRI disesuaikan juga dengan setiap program masing masing.

Pada tahap *Coopetition*, RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta telah menjalankannya. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya kerja sama RRI oleh TVRI dan stasiun TV Nasional lainnya, kemudian kerja sama yang dilakukan oleh Pro 3 RRI dalam konteks pemberitaan dengan berbagai media lainnya, selain itu siaran berjaringan RRI dimana setiap program menyiarkan hal yang sama juga dilakukan seperti saat terdapat hari besar keagamaan maupun nasional. Sedangkan Radio Sonora yang merupakan bagian dari perusahaan media massa yaitu Kompas Gramedia, dimana Kompas Gramedia ini memiliki banyak anak perusahaan dibawahnya, Radio Sonora bekerja sama dengan banyak perusahaan yang menjadi bagian dari Kompas Gramedia seperti Kompas Gramedia, Kompas TV, dan Hotel Santika, dari kerja sama tersebut juga dapat menghasilkan pertukaran atau *barter value* seperti profit dan promosi produk. Radio Sonora sebagai radio siaran swasta sangat berorientasi kepada profit sehingga kegiatan kegiatan yang dilakukannya juga mempertimbangkan adanya nilai yang didapatkan seperti profit.

Pada tahap *Content Sharing* RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta telah menunjukkan melakukan tahap *Content Sharing*. RRI Jakarta dikatakan telah melakukan tahap *Content Sharing* karena adanya proses *repackage* konten atau informasi dari satu *platform* untuk *platform* lainnya. Seperti potongan dari siaran teresterial dapat diunggah ulang di media sosial milik RRI. Lalu pada radio Sonora dilakukan pengemasan ulang seperti potongan potongan tayangan youtube yang akan diunggah di podcast dan media sosial instagram, selain itu baik RRI maupun Radio Sonora melakukan kegiatan hasil dari siaran teresterial seperti dialog ataupun talkshow akan dilakukan penulisan ulang (*rewrite*) untuk diunggah menjadi artikel pada website masing masing yaitu rri.co.id dan sonora.id.

Pada tahap *Full Convergence* RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta melakukan tahap ini dengan ditunjukkannya bahwa 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.

Pada 5 tahap Konvergensi Media Kontinum, RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta telah menjalankan seluruh 5 tahap Konvergensi Media Kontinum yang terdiri dari *Cross Promotion*, *Cloning*, *Coopetition*, *Content Sharing*, dan *Full Convergence*.

Dapat disimpulkan bahwa radio yang telah mengudara selama lebih dari 50 tahun dapat bertahan di era digital ini dengan beradaptasi dan melakukan konvergensi media. Perbedaan antara radio siaran publik dan radio siaran swasta dalam melakukan konvergensi media ditunjukkan dengan program yang ada bahwa Radio Sonora yang merupakan radio siaran swasta sangat berorientasi kepada profit dan karakteristik RRI Jakarta yang merupakan radio siaran publik.

5.2. Saran

Melalui penelitian ini telah memberikan temuan terkait dengan adaptasi dan konvergensi media radio yang telah mengudara lebih dari 50 tahun pada radio siaran publik dan radio siaran swasta. Hasil dari penelitian sangat dipengaruhi oleh pernyataan yang disampaikan oleh informan-informan dalam penelitian ini, maka dari itu terdapat keterbatasan sehingga dapat dilakukan sebuah penelitian lanjutan atau perkembangan penelitian nantinya. Berikut merupakan saran yang diberikan:

5.2.1. Saran Akademis

Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara kepada 6 informan yang berasal dari 2 stasiun radio yang berbeda, untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan penelitian dengan metode kuantitatif untuk melihat pengaruh penerapan strategi konvergensi oleh radio siaran

publik dan swasta yang berusia lebih dari 50 tahun terhadap pendengarnya. Selain itu juga dapat melakukan komparasi dengan stasiun media radio yang berbasis digital, untuk melihat sejauh apa radio lama ini berkembang dan menyesuaikan era digital ini.

5.2.2. Saran Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi stasiun radio mengenai strategi konvergensi yang diterapkan radio siaran publik dan radio siaran swasta sebagai media konvensional agar tetap dapat bertahan di era masyarakat informasi dan menjadi wacana serta wawasan bagi masyarakat terkait dengan perkembangan siaran radio di era masyarakat informasi.

